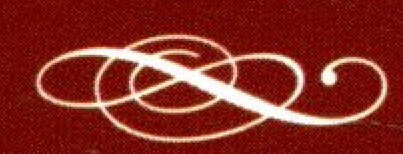
# ما بعد اندفاع ردّة الفعل

## تعامل جديد
## مع أروقة الإعلام



ناظم بكش

سلسلة رسائل طابة
رقم ٢، ٢٠١٠



# ما بعد اندفاع ردّة الفعل

## تعامل جديد مع أروقة الإعلام



ناظم بكش

سلسلة رسائل طابة / رقم ٢ / ٢٠١٠
ISSN: ٢٠٧٧٨٥٨٩-

ما بعد اندفاع ردّة الفعل
ISBN: ٩٧٨-٩٩٤٨-١٥-٥٧٧-٥

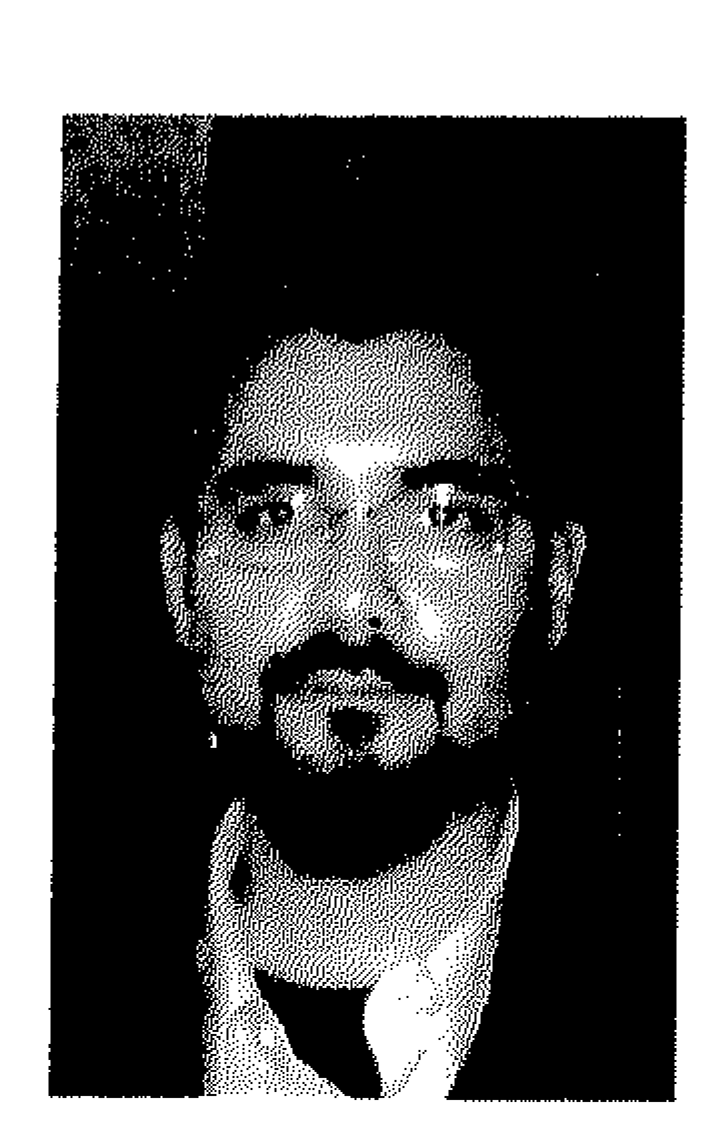
ص.ب. ١٠٧٤٤٢
أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة
www.tabahfoundation.org







## نبذة عن الكاتب



يعمل ناظم بكش مراسلاً إذاعياً لدى مؤسسة البث الكندية CBC وهو زميل الصحافة الكندية لدى كليّة ماسي بجامعة تورنتو. وكان في المدّة الأخيرة - ولا يزال - يقوم بإنتاج ونقل أفلام وثائقية إخبارية تركّز على أصل الأسباب التي تقف وراء الإرهاب. وقد عمل ناظم بكش في السنة الأخيرة على إنتاج النسخة الكاملة للفيلمين الوثائقيين «الجهاد النووي» و«الأرض والذهب والنساء».

# ملخص

كُتب هذا المقال من أجل نُشطاء المسلمين وعلمائهم المتخوفين من عناوين الصحف، والراغبين في التداخل مع الإعلام الجماهيري - بهدف إحداث اتزان للتغطية الإعلامية التي يغلب عليها السِّمة السلبية - من خلال كتابات إيجابية متعلقة بالإسلام والمسلمين.

ويبدأ المقال بعرض تاريخيٍّ موجزٍ حول محاولة المسلمين في الغرب والشرق الأوسط بشكل إستراتيجي تغييرَ دور وسائل الإعلام في إشاعة جوّ من الرهاب من الإسلام (Islamophobia)[1]. ومما لاحظه هذا المؤلف أن الإعلامَ الغربيَّ غيرُ مُتجاوب مع الضغوط المُسلمة باستثناءِ حالاتٍ متناثرةٍ من التغطيةِ المتزنة العادلة.

١. الإسلاموفوبيا غدت مصطلحاً مستحدثاً يدل على الانحياز والاضطهاد ضد المسلمين والإسلام.

ولعل أحد الأسباب المحتملة وراء ذلك هو النسق التقليدي للتداخل المسلم مع الإعلام الجماهيري، وبشكل عام يرى الكاتب أنَّ النسق السائد للتداخل المسلم مع الإعلام في الولايات المتحدة وكندا وغرب أوربا يمكن وصفه بالهجمات الإعلامية المضادّة[٢]. والمقصود هنا أنه عندما يشعر المسلمون بأنَّ التقارير الإخبارية والأفلام الوثائقية سلبية، ولو كانت بشكل ضئيل، فإنهم يفترضون وجود انحياز شديد وراء ذلك، وفي حينه يقومون بإطلاق حملات خطابات، ويقدمون الشكاوى لمؤسسات التراخيص الإعلامية أو محققي الشكاوى، ويبدؤون في المقاطعات والاحتجاجات التي تشمل أحياناً حرق الدُّمى. إنَّ إستراتيجية الصدام ورمي الاتهامات، خدمت توسيعَ الهوّة بين المسلمين – سواء أكانوا في مجتمعات ذات أقلية أم أغلبية مسلمة – وبين الإعلام الجماهيري الغربي.

هذا الأسلوب الانفعالي السلبي قد التهم ملايين الدولارات في الثلاثين عاماً الماضية دون أية نتيجة، اللهم سوى انهيارٍ تامّ لأواصر العلاقة البَنَّاءة مع الإعلام الجماهيري، فلا يوجد هناك مثقال ذرة من ثقة أو حُسن ظن بين صالات تحرير الأخبار والمجتمع المسلم.

ولتخطِّي هذا المأزق، يجب التخلي عن الإستراتيجية الإعلامية التي تستهدف الصحفيين بدعاوى الانحياز والكذب والتعصب والعنصرية

٢. المقصود هنا هو: الردود الشعبية غير المواتية للتغطية الإعلامية للأحداث والقضايا، والهجمات الإعلامية المضادّة تُعنى بالتأثير على التغطية الإعلامية إذا ما تصورت جماعة ذات مصلحة معينة وجود انحياز إعلامي في التغطية.

والإجحاف، فاتهامات مثل هذه تُحمَل عادةً على أنها شخصية الطابع بشكل صميم، ولعلَّ هذا ما يؤدي إلى أن يُدافع هؤلاء الصحفيون عن تقاريرهم في أغلب الأحيان، وإن اشتملت على نسبة كبيرة جداً من الأخطاء المخالفة للحقيقة والتلميحات المغرضة والتعميمات والقوالب النمطية.

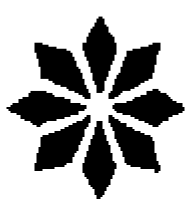
والكاتب هنا لا يُنادي بإنهاء هذا التفاعل الانتقادي مع الإعلام، فهذا التفاعل يجب أن يُشجَّع، لا لسببٍ غير تنبيه مسؤولي الإعلام أنَّ الجمهور حيّ نشط، فالتفاعل دليل على حيوية الحياة المدنية في المجتمعات الحرة. ولكن بدلاً من رد الفعل المتسرع تجاه الإعلام السلبي، على قادة المسلمين وناشطيهم أن يختبروا عن قُرب العراقيل النظامية التي تُنتج القيم الإخبارية، وهي بدورها مُترسخة في صميم البيئة الإعلامية، وبِذا لا يُواجَه النقد السلبي بمثله.

فالمعوِّقات المُنشِئة لقيم الأخبار مُستمَدَّة من مجموعة المصافي أو الكوابح التي تنفُذ من خلالها المعلومات الخام قبل أن يوصلها المراسلون إلى العامة، فمثلاً تُعدّ المصادر الإعلامية في حدِّ ذاتها من بين أقوى المصافي، لتأثيرها المباشر على طريقة نشر الأخبار عن الأحداث. كما إنَّ عوامل حجم الملكية في الصناعة الإعلامية هي بعينها مصافٍ هامة، تحدد المستهلك المستقبلي لما تنتجه المادة الإعلامية.

فمن الصحيح أنَّ بعض الصحفيين الذين يضمرون سوء النية تجاه المسلمين سيُلقُون باللائمة – بكل سهولة – على مواعيد التسليم والميزانيات المتناقصة، لوضع غطاء على الأزمة المتفشية من الكسل والإفلاس المعرفي

تجاه الإسلام والمسلمين. ومن الصحيح كذلك أنَّ المصافي الإعلامية في جوهرها غاية في القوة، لدرجة أنها تفرض على غالبية الصحفيين – وخاصة ذوي النزاهة والنية الحسنة – أن يتبعوا النهج المرسوم، ومجموعة القيم الإخبارية المعروفة مسبقاً. ومع هذا، ومن خلال فَهمِ تأثير تلك المصافي على حياة الصحفيين، فإنَّ إشراك الإعلام في الحوار سيفتح الباب أمام المسلمين لمناهج جديدة للتفاعل مع الإعلام، وتحطيم المواجهة التي تضر هذا التفاعل.





# ما بعد اندفاع ردّة الفعل
# تعامل جديد مع أروقة الإعلام

يعتقد المسلمون – بغض النظر عن مواقع إقاماتهم – بأنَّ الإعلام يُصوّرهم – نمطياً وبانتظام – إرهابيين وقتلة، ومعتنقي دينٍ بَشع، وهذا الاعتقاد يبقى حقيقياً، سواءٌ أكان المسلمون فقراء أم أغنياء، بيضاً أم سوداً أم داكني البشرة.

الرجال المسلمون يشتكون بمرارة من تصويرهم ذكـوراً عنيفين متشددين ومتحيزين ضد النساء، وبالمقابل فالنساء يُطلقن عنان شكواهن أمام تصويرهنَّ طبقة مُستضعَفة مُضطهدة، مُجبَرة على ارتداء الحجاب من قِبَل آبائهن وأزواجهن.

وبشكل عام فهذا واقع، سواءٌ أكان المنبر الإعلامي إذاعياً أم تليفزيونياً أم مطبوعاً، وسواء أكان في مجال الأخبار أم الشؤون الجارية أم الترفيه.

بدءاً بعمل إدوارد سعيد ((Edward Said البارز عام ١٩٨١ المعنوَن بـ«تغطية الإسلام: كيف تتحكم أجهزة الإعلام ويتحكم الخبراء في رؤيتنا

لسائر بلدان العالم» (Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the World) ومروراً بالدراسة المكلَّفة من قبل عمدة لندن كين ليفنجستون (Ken Livingstone) عام ٢٠٠٦، فيستحيل إنكار الاتهام القائل: إن الإعلام الغربي سلبي في تغطيته للإسلام والمسلمين والعرب بشكل كبير.

فتقرير لفينجستون سُمِّي «البحث عن أرضية مشتركة» (The Search for Common Ground)، واشترك في إعداده تسعة أكاديميين ومهنيين من الصناعة الإعلامية وخبراء في الإسلام، وانتهت الدراسة إلى أن ٩٠٪ من ٣٥٢ مقالاً نُشر في الصحف اللندنية في الفترة ما بين ٨ إلى ١٤/٥/٢٠٠٨ عن الإسلام والمسلمين كانت «سلبية»[٣].

وفي أحد التفاصيل المثيرة من الدراسة قُدِّر أنَّ ٩٦٪ من تغطية صحف الإثارة الشعبية ذات القطع المستطيل المعروفة بـ(التابلويد) (tabloid) سلبية، أمام ٨٩٪ من تغطية الصحف ذات القطع العريض، وكون الفارق صغيراً أمرٌ مروّع.

وقد وجد التقرير أنَّ المسلمين يُصوَّرون في الصحافة الوطنية بأنهم يشكّلون تهديداً للعادات البريطانية التقليدية، وأنَّ ما يوجد بين الغرب والإسـلام من الأرضية المشتركة قليل أو معدوم، وأنَّ نبرة الخطاب المستخدمة كانت انفعالية ومتشددة، ومُنذِرةً بالخطر دون داعٍ، ومُتعسفة.

---

٣. *The Search for Common Ground: Muslims, Non-Muslims and the UK Media*. A Report Commissioned by the Mayor of London (London: Greater London Authority, 2007).

## الهجمات الإعلامية المضادّة

فمنذ السبعينيات من القرن الماضي اعتمدت المنظمات المسلمة – مثل رابطة الطلاب المسلمين التي تأسست عام ١٩٦٣ – إستراتيجية رد الهجمات الإعلامية المضادّة في مجابهة تلك الهجمات الإعلامية المتصورة، ولا شكَّ أنَّ هذا الهجوم المعاكس جعل الإعلام الغربي يُصدِرُ على مضضٍ تصحيحاتٍ جزئية واعتذارات واهية.

ومنذ أوائل الثمانينيات، فقد انتبه قادة المسلمين أنَّ الهجوم الإعلامي المضادّ وحده لن يغير التصوير الإعلامي السلبي للمسلمين والإسلام، وقد تزامن هذا مع إحكام الإعلام الغربي زمام قبضته على العالم مستحوذاً ومسيطراً على قواعد المعلومات المتاحة، ومع إدراكه أنه يستطيع – إثر هذا – تهميشَ أية هجمات معاكسة، ليس لها من الثقل القانوني أو الأخلاقي أو الطاقة الإعلانية إلَّا القليل إن وُجد.

وبهذا بدأ الإحباط يسكن قلب قادة المسلمين، وبدأ بعض ناشطي الإعلام يرى أن اعتماد المسلمين على الهجمات الإعلامية المضادّة عمل لا طائل من وراءه. ولمجابهة هذا القلق المتنامي عقدت رابطة العالم الإسلامي في عام ١٩٧٨ أول اجتماعاتها الإسلامية الآسيوية في كراتشي، ووافقت على مساعدة الصحفيين وممثلي الإعلام المسلمين في مواجهة «السيطرة الصهيونية والاحتكار الغربي على الإعلام، التي اعتُبرت مُعادية للإسلام والمسلمين»[٤].

---

٤. Aslam Abdullah, "The Muslim Media: Present Status and Future

وقد عكست فحوى نقاشاتهم نهجاً متوجهاً نحو وسائل الإعلام الواسعة، يسعى إلى تقييد دورها حول الدفع بالقضايا أو كبحها، وفقاً للأهداف السياسية والإيديولوجية للعالَم العربي والإسلامي، وحتى الآن فإن البثَّ الإعلامي – الغربي والعربي – يُقيِّمُه الجمهور على أساس مدى اهتمامه، وتصميمه على كشف جرائم إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني.

وقد عُقد في جاكرتا في سبتمبر ١٩٨١ المؤتمر الأول للصحفيين وممثلي الإعلام المسلمين، ذلك المؤتمر الذي حضره جمع غفير مثير للإعجاب من ٢٥٠ صحفياً من ٥٠ دولة، اختتموا اجتماعهم بإقرار ميثاق الصحفيين المسلمين.

إنَّ الميثاق الذي تم تصميمه للإعلاميين المسلمين شدّد على «أنَّ قواعد السلوك الإسلامي يجب أن تشكّل الأساس لكلّ ممارسي العمل الصحفي»، وقد ذُكر بالإضافة إلى ذلك: إنَّ ترسيخ القيم الإسلامية والمبادئ الأخلاقية في إيمان الفرد المسلم وقلبه يجب أن تكون الواجب الأساسي للإعلام الإسلامي. وبينما كان هذا مجرد إعادة تشكيل للمُثل الصحفية المعاصرة – من الصدق والنزاهة والعدالة والشفافية إلخ – من خلال الإطار الإسلامي، فقد أدَّى هذا بطريقة ما إلى ثورة في عالم النشر فظهرت العشرات من المجلات والجرائد المملوكة للمسلمين في ثمانينيات القرن العشرين.

وقد اعتقد قادة المجتمع المسلم في أمريكا الشمالية أنَّ باستطاعة هذه المطبوعات أن تتحسن بمرور الوقت إذا تم دعمها وتغذيتها بشكل

Directions", *Forum Komuniskai*, vol. 1, no. 2, (January 1988).

مناسب، ولكن ثبت – وبعد استثمار ملايين الدولارات فيها – أنَّ هذا الاعتقاد وهمي.

فإذا كانت الهجمات الإعلامية المضادّة في الثمانينيات قد مهدت السبيل لظهور الإعلام المملوك والمحكوم من قِبَل المسلمين، فقد عادت تلك الحركة بحيوية جديدة مع إطلاق طلائع الحركة الإسلامية في الغرب مجلس العلاقات الإسلامية الأمريكية «كير» (CAIR) عام ١٩٩٤، ومع ملاءَمة الحزمة التمويلية لميزانيتها المتميزة فقد ابتدأت «كير» (CAIR) من حيث انتهت اللجنة الأمريكية العربية ضد التحيز.

ومنذ ذلك الوقت فقد اكتسبت «كير» سمعة جيدة بين مسلمي أمريكا الشمالية، بسبب رصدها الدؤوب للإعلام، ولاحتجاجها الدائم على التحيز والتنميط السلبي للإسلام والمسلمين، و«كير» اليوم هي القائد الذي يحتلُّ الطليعة في إقامة حملات الهجوم المضادّ الإعلامية المسلمة.

عندما بَثَّ المنتج الإعلامي ستيفين إميرسون (Steven Emerson) فيلمه الوثائقي السيئ السمعة «الجهاد في أمريكا» على قناة «بي بي إس» (PBS) في نوفمبر ١٩٩٤، نشرت «كير» تقريراً عنوانه «تحليل مفصّل نقطة بنقطة للفيلم الوثائقي»، وهذا النوع من النقد التحليلي للمحتوى هو ما غدا العلامة المميزة لـ«كير».

وعُقيب انفجارات مبنى مراه (Murrah) الفيدرالي بمدينة أوكلاهوما عام ١٩٩٥، صقلت «كير» ((CAIR إستراتيجياتها، ونشرت تقرير «العجلة في إصدار الأحكام»، وبمرور السنين أصدرت العديد من تحليلات المحتوى

الإعلامي، ولكن لا يوجد حتى الآن دليل على أي تأثير للحملات الإعلامية المضادّة الدفاعية لـ«كير» حول التغطية الإعلامية للإسلام والمسلمين.

غير أنَّ هناك دلائل على أنَّ المؤسسات الإعلامية في أمريكا وكندا قد بدأت تتخذ خطوات ملموسة لتقديم معلومات صحيحة عن الإسلام والمسلمين للصحفيين والقُراء على حدٍّ سواء.

وعقب هجمات الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر نشرت «ديترويت فري برس» (Detroit Free Press) كُتيباً تمهيدياً «مئة سؤال وجواب حول العرب الأمريكيين: دليل صحفي»، كما نشرت صحيفة «يو إس آي توداي» (USA Today) «أسئلة وأجوبة حول الإسلام والعرب الأمريكان»، ونشر معهد بوينتر (Poynter Institute) في فلوريدا سلسة مقالات حول «فهم رمضان»، و«تغطية المسلمين في أمريكا»، و«تحسين التقارير والمراسلات الصحفية فيما بين الثقافات»، حتى إنَّ «سياتل تايمز» (Seattle Times) نشرت سلسة مقالات تحت عناوين مثيرة مثل: «فهم العمامة»، و«تفسير الحجاب»، ولا يوجد أي دليل على أنَّ «كير» وأيّاً من توابعها كان لهم يد في هذه المبادرات.

وعلى الرغم من هذه الجهود المحمودة، إلَّا أنَّ عمالقة صناعتي الإعلام المرئي والمطبوع لم يتحرك لهم طَرْف، فالمسؤولون عنها إمَّا مجادلون، أو متجاهلون كل ادعاء من «كير» حول أية عبارة أو جملة أو كلمة أو صياغة مُعينة مُسيئة إلى الإسلام والمسلمين.

وفي بداية الثمانينيات شجع قياديو المنظمات الإسلامية والأئمة في

الغرب الجيل الأول والثاني من المسلمين، للسعي وراء الوظائف في الميدان الصحفي، ومع أنَّ البعض كان يزاول هذه الوظائف، إلَّا أن عددهم كان ضئيلاً إذا ما قُورِن بعدد الذين يمارسون أعمالاً في الطب أو الهندسة أو التدريس.

ووفقاً للصحفي البريطاني المخضرم فؤاد نهدي «فإنَّ المزيد والمزيد من شبابنا يحترفون الصحافة، وهم آخذون في تعلُّم المهارات التي ينبغي تعلمها طارحين الأسئلة التي يجب طرحها، مُشكِّلون بذلك ضغطاً على أقرانهم، وعلى النظام الموجود»(٥). إنَّ تأثير الصحفيين المسلمين في المستقبل على مشهد الإعلام الغربي لم يُكتَب بعدُ.

ويبدو أنه لم يكن لأي فعلٍ قام به المسلمون أثرٌ في إحداث تغيير ملحوظ، وفي ذات الوقت لم تزل العواقب السيئة الناتجة عن الإعلام السلبي تجاه المسلمين تزداد كل يوم، فإحصائيات الهجمات العنصرية العنيفة ضد المسلمين في أوربا الغربية، وشمال أفريقيا لم تزل في ازدياد عاماً بعد عام، خاصة بعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر، فهل هناك علاقة تبادلية – مباشرة أو غير مباشرة – بين التصوير السلبي للمسلمين في الإعلام، وعمليات الغضب والكراهية لاستهداف المسلمين؟ الإجابة التي لا يمكن إنكارها هي: «نعم».

٥. Fuad Nahdi, "Islam and the Media: The Slow Starvation of Balanced Coverage?" A talk given to the Foreign Press Club on 27 February 2003.

## التوازن وليس التحيز

لتحديد موعد البدء في غارة الهجوم الإعلامي المضادّ، فقد استخدم النشطاء المسلمون مقياس التحيز في تقييم المحتوى الإعلامي؛ فالإعلام غير المنحاز لم يوجد ولن يوجد، ولو قال أحد بإمكانية وجوده فلن تكون مقالته إلا من نسج خياله، فالتحيز حقيقة من حقائق الحياة، وواقع يومي في الصناعة الإعلامية، وهؤلاء الذين يصرخون في وجه التحيّز عندما يختلفون مع المنظور المطروح تراهم أنفسهم يعتقدون أنه عادل ومتوازن، وذلك عندما يوافق رغباتهم.

فقناة «فوكس نيوز» (FOX News) تتهم «سي إن إن» (CNN) بالتحيز، وفي المقابل فـ«سي إن إن» تتهم «فوكس» بأنها تافهة وسخيفة، وقناة العربية تتهم الجزيرة بمحاكاة «فوكس»، والمسؤولون التنفيذيون في الجزيرة يرون أنفسهم مماثلين لقناة «سي إن إن»، فهي في أعينهم متوازنة بينما «فوكس» منحازة، فالكل يعتقد أنه يقول الحقيقة وأنه ينقل الواقع بدقة تامّة.

في الحقيقة إنّهم جميعاً - بشكل أو بآخر - قد ثبت انحيازهم، فالانحياز من صميم البيئة الإعلامية، وللأسف فإنَّ النُّشطاء المسلمين يُركزون على الانحياز الفردي بينما يتجاهلون البيئة الإعلامية التي تخلق هذا الانحياز.

إذا كانت مهمة القياديين والنشطاء المسلمين هي معالجة التعميمات الكاسحة، والتصوير السلبي، وتنميط المسلمين والعرب من جانب وسائل الإعلام، فلعل الأداة ذات الإفادة الكبيرة في التحليل والتفاعل هي ما أشار

إليه إدوارد هيرمان (Edward Herman)، ونعوم تشومسكي (Noam Chomsky) باسم «مصافي الإعلام» في كتابٍ ذي طابعٍ ملحمي عام ١٩٨٨ تحت عنوان «صناعة القبول» (أو «صناعة الموافقة»).

ووفقاً للمؤلفين فالمصافي الإعلامية الخمسة الرئيسة هي:

- الحجم والملكية: وهما يحددان اتجاه الربح للمؤسسات الإعلامية.
- الإعلان: وهو مصدر الدخل الرئيس لمعظم الشركات الإعلامية، إلا إذا كانت مؤسسات عامة للبثّ كـ«بي بي سي» (BBC)، ومؤسسة البث الإعلامي الكندي «سي بي سي» (CBC)، ومؤسسة البث الإعلامي لجنوب أفريقيا «إس أي بي سي» (SABC).
- المصادر: ونعني بذلك تدفق المعلومات الأولية من مصادر متعددة لغرفة التحرير الإخباري.
- الهجمات الإعلامية المضادّة: وهو يمثل وسيلة لضبط الإعلام.
- مكافحة الشيوعية: وهي آلية للمراقبة. وليس لديّ أدنى شك أنَّ هيرمان وتشومسكي لو كانا يكتبان كتابهما الآن لأحلَّا الإسلام محل الشيوعية.

إنَّ تلك المصافي تتفاعل بعضها مع بعض، ويعضد بعضُها بعضاً مُنتِجةً قيماً إخبارية ترسم حدود فهمها، وتفرض على الصحفيين تعريفاً للأخبار التي تستحق النشر والتي لا تستحقه، وتلك المصافي هي أشبه ما تكون بقنوات الري المائية التي توجه تدفق المياه من نهر فيّاض وتتحكم في

جريانها، ففي مجال صالات التحرير الإخباري فإن تلك المصافي هي قنوات ري «الطريق السريع» للمعلومات.

فالمحررون والكُتّاب والمراسلون يتناولون المواد الأولية من مصادر متعددة حول العالم، مُستخرِجين جرعات يمكن تلقيمها، ثم يحللونها ويُغذون بها المستهلك الإعلامي، ويُشارك مصفى المصادر في دوره المصفى التكنولوجي الذي يلعب دوراً حيويّاً في جمع المعلومات ونشرها.

ولنضرب مثلاً على ذلك: قرى صيادي السمك الصغيرة في السلفادور التي دمَّرها إعصار مداري، فبالنسبة للمحررين العاملين ليلاً في البث الإخباري في أحد أكبر الأسواق بأمريكا الشمالية ليس هناك صور لعرض الموضوع ولذا تنحدر القصة الإخبارية لمستوى التصنيف المتعارف عليه في البيئة الإعلامية باسم «نُسِخ» بمعنى عُلِم، فهناك العديد من الأخبار الملحّة المصحوبة بالصور في قائمة طابور العرض، والوقت المتاح للعرض قصير، لذلك يسقط المنتجون «السلفادور» من نشرة الأخبار.

حينما يطلق المشاهدون حملة شديدة على صالة التحرير الإخباري مُتَّهِمين إياها بالانحياز، فمِن أي نوع يكون هذا الانحياز؟ فلم يكن هناك كاميرات، ولا اتصال بالأقمار الاصطناعية، ولا نقاط تغذية ولا منفذ معلوماتي عبر الإنترنت، للتمكن من الوصول إلى صور منقولة عن طريق بروتوكول نقل الملفات «FTP» بالقرب من المنطقة التي أصابها الدمار فسوّاها بالأرض. وهناك شخص وحيد يعمل مستقلاً كانت لديه صور عن الإعصار، ولكن الوقت الذي كان سيمضيه في تحميلها على مركز الإرسال

أو وصلة الإنترنت، من شأنه أن يجعل خبر الكارثة من أخبار الأمس.

كان من الممكن أن يكون الانحياز قد شكّل عاملاً فعّالاً لو أنَّ الصور وُجِدت ثم أُضرِب عنها صفحاً، أو رُفضت بسبب قيود الميزانية، ولو كانت التكلفة عاملاً لكان السؤال هنا: هل كان المحررون مذنبين بوضع قيمة مالية للألم والمعاناة؟ فربما كان يمكنهم شراء الصور، ولكن المديرين المتزمتين مالياً يخبرونهم أنهم قد تجاوزوا ميزانيتهم الأسبوعية لشراء الصور من الأفراد المستقلين.

ربما كان الانحياز وراء القرار بعدم إرسال طاقم تليفزيوني إلى المنطقة قبل الإعصار، وربما كان إرسال الطاقم بالغ الخطر، ومن ثم اعتُبِر قرارُ عدم المضيّ فيه قراراً حكيماً.

بيت القصيد هنا أنه لو رُفع الستار في أي يوم من الأيام عن صالة تحرير الأخبار، لوجدنا شبكة معقدة من المصافي فعَّالة وعاملة فيها، وبالنسبة لمن ليس له دراية بالبيئة الإعلامية فإنَّ هذه المصافي ليست دائماً جليّة، كما إنَّ التنفيذيين لا يرغبون في تفسير تلك المصافي لمن هم خارج مجال عملهم.

إنَّ الجزء المتبقي من هذا المقال سيركز على كيفية تحديد المصافي الخاصة بالمصادر والحجم والملكية لثقافة صالات تحرير الأخبار المعاصرة.

## الإبحار داخل صالة الأخبار

إنَّ صالة الأخبار هي محور كل المؤسسات الإعلامية، كل من يرغب في فهم وتغيير سلوك الإعلام يجب أن يكون لديه فهم جوهري لكيفية عمل

صالات الأخبار.

يتحدث الصحفيون مِن آن لآخر حول «ثقافة صالات التحرير»، ويقصدون بذلك عدة أشياء كلها تخص مدى جودة عمل الصالة في الطريق السريع للمعلومات.

إنَّ تدفق المعلومات من خلال صالة الأخبار هو شريان الحياة الذي يُبقي قلبها خفّاقاً، إنَّ كل من يعمل في صالة التحرير الإخباري موجود ليخدم وظيفة ما، إما جمعاً أو تجهيزاً أو نشراً للمعلومات.

ويُتوقَّع منهم جميعاً العمل بسلاسة كل يوم من أيام الأسبوع، وعلى مدار الساعة وهو ما يُشبه المستحيل، وما تتسم به صالة التحرير الإخباري من شدة ضيق الوقت، وحجم المعلومات المتدفقة دخولاً وخروجاً، يجعل منها دائماً مرجلاً يغلي بالتوتر والقلق.

ويمكننا تقسيم العاملين في صالة التحرير إلى ثلاث فئات رئيسة:

## ١ . المحررون المسؤولون

يأتي على رأس هذا الهرم الوظيفي المحررون المسؤولون، فالذي يقوم بهذه الوظيفة من المُرجَّح أنَّ لديه خبرة عريضة بصناعة الإعلام؛ يبدأ هؤلاء يومهم بجولة حول المذياع والتليفزيون، والجرائد، والرسائل الإخبارية المرسَلة، سواء أكانت عبر الإنترنت أم عبر أجهزة البلاك بيري (Blackberry)؛ بحثاً عن أخبار ووجهات نظر «جديدة»، وبخاصة من المؤسسات الإعلامية المنافسة في الأسواق الإعلامية ذاتها أو مثيلاتها.

فعلى سبيل المثال؛ سيُركز محرر قناة «سي إن إن» انتباهه على قناتي «بي بي سي»، و«سكاي» (SKY) الإخبارية، كما ستضبط «البي بي سي» نفسها مع تغطية «سي إن إن» والجزيرة، السبب وراء ذلك أنَّ «سي إن إن»، و«سكاي»، و«بي بي سي»، والجزيرة كلهم يتنافسون لكسب نفس الحصص في الأسواق ذاتها أو أسواق أخرى مماثلة.

سيراقب المحررون المسؤولون جرائد القطع العريض المحلية والعالمية – «نيويورك تايمز» (New York Times)، و«واشنطن بوست» (Washington Post)، و«إل إيه تايمز» (LA Times)، و«شيكاغو تريبيون» (Chicago Tribune)، و«إندبندنت» (Independent) The، و«ذي تايمز» (The Times)، و«الجارديان» (The Guardian) – والنشرات الإخبارية الإذاعية المحلية مثل؛ شبكة «إن بي آر» (NPR) في الولايات المتحدة الأمريكية، أو «دويتشه فيله» (Deutsche Welle) في ألمانيا، أو «بي بي سي» في نشرتها الخاصة بالمملكة المتحدة، والأخرى الخاصة بالعالم الخارجي.

وكانت تلك مهمة شاقة قبل عشر سنوات تقريباً، ولكن اليوم بإمكان المحررين برمجة صناديق بريدهم الإلكتروني لتلقّي رسائل ما يُعرف بالتلقيم المعلوماتي، أو «آر إس إس» (RSS) من مصادر إلكترونية متعددة.

ويسأل مسؤولو الأخبار أنفسهم الأسئلة التالية: ما أهم ثلاثة أخبار اليوم؟ ما القصص الإخبارية أو المنظورات التي فاتتنا؟ وكيف يمكننا تعويض ما فاتنا؟ كيف يمكن إعطاء أهم أخبار الأمس مزيداً من التغطية؟ أم هل حصلت تلك القصص الإخبارية على تغطية كافية؟ أنتبع الآخرين،

أم نَقُودهم في تغطية أهم الأحداث؟ كيف يمكننا أن نملك الورقة الرابحة في هذه المنافسة؟

مع بداية الاجتماع التحريري الصباحي سيكون المراسلون، والصحفيون المحليون والأجانب، ورؤساء المكاتب الصحفية والمنتجون، قد وجدوا فرصة لعرض أفكار لأخبار جديدة على محرري توزيع المهام الإخبارية الذين يعدون التقارير لهم، وبمجرد انتهاء الاجتماع الصباحي يكون لدى صالة تحرير الأخبار فكرة عمّا يقرب من سبعين في المئة من أهم الأخبار العالمية والمحلية، وتأتي الثلاثون في المئة الباقية من مجموعة أفكار للقصص الإخبارية في حالة التطور، أو في طور المتابعة والدراسة.

ويتحرك محررو توزيع المهام الإخبارية سريعاً لتخصيص فرق المراسلين والمنتجين وطاقم التصوير للقصص الإخبارية، وبناءً على مدى تعقيد القصة وأهميتها قد تُخصص لها موارد إضافية.

بين الاجتماع الأول والثاني، إما قبل استراحة الغداء أو بعدها مباشرة، يتم العودة مجدداً لقائمة البنود الإخبارية، وهنا يعبر المحررون المسؤولون عن قلقهم إزاء بعض القصص الإخبارية، أو يأتون بأخرى جديدة للنظر فيها.

وفي الاجتماع الثاني قد تُضاف تقارير جديدة أو تُحذف أخرى لأنه استقر الرأي أنها ليست على ما ظهرت عليه في الصباح، وبعض القصص الإخبارية تُعطَى وقتاً وموارد أكثر، وتُحال قصص أخرى إلى السجل المسمى «المستقبلي»، ربما لعدم وجود الأفراد المكملين لها.

وفي حال وقوع أحداث مهمة في وقت متأخر من اليوم، تُهمل المخططات حتى التي تُعدّ أفضلها رسماً وتنظيماً، ويقوم فريق التحرير بإعادة تنظيم قائمة الموادّ للنشرة الإخبارية المسائية، وتُعزى أهمية الأخبار المسائية لاستقطابها أكبر عدد من المشاهدين، الأمر الذي يترجم إلى عائدات إعلانية.

فإذا كنتَ من خارج الوسط الصحفي، فإنَّ أفضل وقت لجعل قصة ما في الصحافة تنال قدراً من التغطية هو الوقت ما بين التاسعة صباحاً والثانية عشرة والنصف ظهراً، وإذا ما كانت القصة الصحفية تُعنى باليوم التالي فأفضل وقت هو مباشرة بعد استراحة الغداء حتى الرابعة والنصف بعد الظهر، وحتى ساعةٍ قبل انتهاء العمل الصباحي. فإذا رُفِضَت القصص الإخبارية التي تُقدمها، فلعل هذا يعني أنَّ على المرء أن يتعلم كيف يُعدّ فكرة قصة إخبارية بطريقة فعّالة، الأمر الذي يستلزم بعض التدريب، وهو ما يضيق عنه مجال هذا المقال، وقد يرجع الأمر إلى شيء متعلق بالميزانية أو الموارد. أمّا في حال إخراج العوامل المذكورة من المعادلة، واستمرّ رفضُ أفكارك المطروحة، فيجب أن توجه انتباهك إلى المديرين المسؤولين أو التنفيذيين أصحاب القرار في صالة الأخبار.

هناك العديد من الأمور التي تسيطر على صالات الأخبار في دبي والدوحة، التي لا تنشأ في صالات الأخبار في تورونتو (Toronto) أو أتلانتا (Atlanta)، فمثلاً؛ ليس هناك غُرف للصلاة في صالات الأخبار في أمريكا الشمالية، كما لا يقدم أي جهاز إعلامي في الغرب وقتاً مفتوحاً لرجل

دين كما تفعل الجزيرة مع الشيخ يوسف القرضاوي، كما أنَّ حرب إسرائيل مع حماس تُعالج على أنها قصة مهمة من القصص الإخبارية، ولكن لا على أنها علة وجود القناة كما هو الشأن مع الجزيرة والعربية.

ومن وجوه التشابه المثيرة هنا: المنظور السياسي الاجتماعي المشترك للمسؤولين التنفيذيين والصحفيين، سواءٌ عَملوا في الشرق أم في الغرب فغالب الأمر أنهم ليبراليون علمانيون، ممن يمجدون المثل الديمقراطية الغربية سواء أكانوا يهوداً، أو مسيحيين، أو مسلمين.

إنَّ معرفة الأشخاص الذين يحددون اتجاه صالة التحرير أمر ضروري لفهم نوع التغطية التي سيستقبلها المستهلك، فإنَّ المرء إن كان مهتمّاً باتجاه الأخبار، فعليه أن يجمع أشخاصاً يماثلونه في الفكر من المواطنين ذوي النفوذ، ويطلب عندئذ اجتماعاً بفريق التحرير، فهو لا يعدّ هذه فرصة للخوض في جدال طاحن معهم، وإنما يعدّها فرصة لعرض حجج بطريقة معقولة ومنطقية بشأن القيم الإخبارية التي تتضمن اختيار ما يستحق أن يكون خبراً، وترتيبه على حسب درجة الأهمية.

وبــدلاً من عرض معلومات ترجع إلى قصص وحكايات، أو عرض وجهات نظر ربما يجدر بالمرء أن يعرض نتائج استطلاعات الرأي والدراسات التي أُجريت بتكليف من جهات مستقلة، فترى التنفيذيين الإعلاميين يتأثرون بإيجابية بالاستطلاعات التي تجريها مؤسسات تقصي الاستطلاعات ذات السمعة الحسنة، فإذا ظهر استطلاع للرأي يُثبت أنَّ هناك علاقة مباشرة بين تغطية قضية معينة والسلوك العام، فإنَّ ذلك

بطبيعته يجبر التنفيذين على إعادة تقييم قيمهم الإخبارية جذريّاً.

## ٢. المراسلون والمنتجون

الصف الثاني في صالة الأخبار يتألف من مراسلين أو صحفيين، ومنتجين أو مخرجين، وطواقم تصوير، وكُتَّاب وباحثين، ومحررين قائمين بمهامهم المختلفة، اعتماداً على ما تقدمه صالة الأخبار من صحافة أو إذاعة أو تلفزيون.

إنَّ المراسلين والمنتجين يتحركون تحت وطأة مواعيد التسليم، وسيركزون جُلّ تفكيرهم على القصة الإخبارية التي كُلِّفوا بها، وهم ليسوا مهتمين بقصة الغد وحتى بقصة الأمس؛ فوظيفتهم هي تجهيز العناصر المطلوبة لقصة اليوم في قالب إعلامي؛ فإذا قرروا أن رأياً ما مُهم للقصة، فسيُطاردون أي إنسان يظنون أنه كبير الخبراء في هذا المجال، وإذا لم يُمكن الوصول إلى ذلك الشخص يختارون من يليه في المرتبة في اللائحة.

أمَّا في حالة عدم تكليفهم بمتابعة قصة ما، فسيقوم المنتجون والمراسلون أنفسهم بالسعي وراء أفكار لقصص إخبارية جديدة، وعند الشعور بالثقة أن لديهم قصة فإنّهم يعرضونها على محرري توزيع المهام الإخبارية، الذين يقدّمونها في الوقت المناسب للمسؤولين التنفيذيين للموافقة عليها.

إنَّ المراسلين والمنتجين يعرفون أنَّ رؤساءهم يريدون أن يعرفوا هل للقصة عمر تخزيني طويل أم قصير؟ وهل لها ما يمكن تسميته اصطلاحاً «مربط الفرس»؟ فـ«العمر التخزيني» هنا المقصود به: المدة التي يمكن

خلالها بثّ القصة قبل أن تُصبح فاترة وتنتهي صلاحيتها، و«مربط الفرس» هو: حدث معين متعلق بالقصة، ولا يكون للقصة أي معنى دونه في عين الجمهور.

### ٣. الموظفون المساعدون

إنَّ الصف الثالث والأخير في صالة تحرير الأخبار يتكون من كل الموظفين الذين لم يرد ذكرهم في الفئتين السابقتين؛ فبعض هؤلاء مكلفون بمتابعة البرقيات الإخبارية والتغذيات من أجل الحصول على الأخبار العاجلة، أو التطورات في أهم أخبار اليوم، وبعض هؤلاء محررون مكتبيون مكلفون بالتدقيق في النصوص الواردة، كما إنهم يعاونون في حلّ مسائل تحريرية مثل: التوازن والعدالة.

ويقف المحامون على أهبة الاستعداد للإجابة على الأسئلة القانونية، وينسق المديرون الموارد البشرية، ويدير المحاسبون الجانب المالي، ونجد وكلاء السفر مشغولين دائماً في إنجاز المهام الجانبية من حجز الرحلات والفنادق والسيارات حسب مقتضيات الظروف ومتطلبات الحاجة.

ووظيفة هذا الفريق هي التأكد من أنَّ المنتج الإخباري المقدَّم إلى العامة يصل إليهم في أقصى درجات الكفاءة المهنية الصحفية، مهما اختلف المنبر الإعلامي الذي يخدمونه. إنَّ أعضاء هذا الفريق مسؤولون عن تصميم الصفحات والصور، والتحرير البصري، وعمل الأفلام والتسجيل، والتنسيق مع التغذية الفضائية، وتصميم المواقع والواجهات. وكذلك

هناك فنيو الكمبيوتر، وموظفو الاستقبال لتوزيع الفاكسات ورسائل البريد الواردة، وبدون مهاراتهم وعطائهم لا يمكن أن تؤدي صالة الأخبار عملها.

## المصادر

مصادر المعلومات الأولية التي يتم معالجتها لتصير مادة إخبارية هي واحدة من أكثر مصافي صالة الأخبار أهمية. إن أكبر وكالات الأنباء العالمية ومزودات خدمة البرقيات الإخبارية الدولية الثلاث هي:

وكالة «أسوشيتد برس – ايه بي» (Associated Press – AP)، هي وقناة الأخبار «أسوشيتد برس» التلفزيونية التابعة لها (AP Television News – APTN)، ووكالة الأنباء الفرنسية «ايه إف بي» ((AFP)، و«رويترز» (Reuters). فمعظم الأخبار التي تُسمَع أو تُقرَأ حتى على الجزيرة والعربية تأتي من أحد تلك المصادر.

لدى «رويترز» ١٦,٩٠٠ موظف في ٩٤ دولة حول العالم، فهي تعد أكبر وكالة إخبارية متعددة الوسائط، في أكثر من ١٩٦ مكتباً للأخبار، تقدم خدمات إخبارية لـ١٣١ دولة. وفي عام ٢٠٠٦ أرسلت «رويترز» مليونين ونصف مادة إخبارية، بما يشمل ٦٥٦,٥٠٠ بياناً من ٢٩ دولة حول العالم، تُنشر في ١٨ دولة.

«أسوشيتد برس – ايه بي» وكالة أخبار أمريكية. منذ عام ٢٠٠٥، فأخبار «ايه بي» تُنشر ويُعاد نشرها في أكثر من ١,٧٠٠ جريدة، وأكثر من

٥,٠٠٠ قناة بث تلفزيوني وإذاعة راديو، ومكتبة صورها تتكون من عشرة ملايين صورة، وتدير ٢٤٣ مكتباً، وتخدم ١٢١ دولة، ولديها طاقم من الموظفين العالميين من جميع أنحاء الأرض. وتدير «ايه بي» أيضًا شبكةَ إذاعة «أسوشيتد برس» التي تُقدم بثّاً إخباريّاً كل نصف ساعة لقنوات البثّ الأرضي والفضائي، وتُقدم إذاعة «ايه بي» أيضاً أخباراً وملفات خاصة عن الشؤون العامة وتغذيات إخبارية، ومقاطع صوتية، كما تقدم أيضاً مواد تغطية مطولة لأهم الأخبار.

ووكالة الأنباء الفرنسية لديها مكاتب في ١١٠ دولة، وتبث الأخبار بالفرنسية، والإنجليزية، والعربية، والأسبانية، والألمانية، والبرتغالية.

أمّا الـ«يونايتد برس إنترناشيونال – يو بي آي» (United Press International – UPI) فقد كانت عملاقة في الماضي، ولكن عندما بيعت عام ٢٠٠٠ لـ«نيوز ورلد كومينيكيشن» (News World Communications)، وهي شركة اتصالات مملوكة لكنيسة «سن مينج مُون يونفيكيشن» (Sun Myung Moon's Unification Church)، استقالت مراسلتها في البيت الأبيض – صاحبة وسام الشرف – هيلين توماس (Helen Thomas) بعد ٧٥ عاماً مع «يو بي آي»، ولأول مرة منذ ما يقارب مئة عام بقيت الخدمة دون مُراسل ضمن سلك الصحفيين في البيت الأبيض.

وكان لدى «يو بي آي» في الماضي ٦,٠٠٠ موظف و ٢٢٣ مكتباً إخباريّاً حول العالم، و ٧,٥٠٠ عميل في ١٠٠ دولة، وفي عام ٢٠٠٧ خفضت الشركة عدد مراسليها من ٥٠ إلى ٥ في مقرها الرئيس في واشنطن

دي سي، واليوم تعتمد على العشرات من المراسلين المستقلين، وعدد قليل لا يتجاوز أصابع اليد الواحدة من المحررين الموجودين في مدن أمريكية مختلفة، وأماكن أخرى.

وتبين الدراسات أنَّ ٩٠٪ من التغطية الإعلامية التي تقدمها مؤسسات إعلامية تعمل في العواصم الإسلامية لمستهلكيها مبنية على معلومات تقدمها تلك الوكالات الثلاث.

ورجوعاً إلى الماضي إلى عام ١٩٧٢ حاولت منظمة المؤتمر الإسلامي أن تبعد العالم الإسلامي عن الإدمان الإخباري لـ«ايه بي» (AP)، و«ايه إف بي» (AFP) و«يو بي آي» (UPI) و«رويترز» وذلك بإنشاء وكالة الأنباء الإسلامية الدولية «إيينا» (IINA)، التي عمرها الآن ستة وثلاثون عاماً، ولا يتجرأ عاقل أن يقارنها بـ«ايه بي»، و«ايه إف بي»، و«رويترز».

تبث «إيينا» الأخبار بالعربية والفرنسية والإنجليزية، من مقرها بجدة بالمملكة العربية السعودية. وتتلقى تمويلها من الدول الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي، وعلى الرغم من أنَّ أحد أهداف «إيينا» هو «تعزيز التراث الإسلامي الثري وحمايته»، إلا أنه من الغريب أن محتوى تغطيتها للأخبار الإسلامية منخفض نسبيّاً.

وحتى مع وجود مؤسسات ذات نفوذ كالجزيرة والعربية، التي تُموِّل مكاتب مزدهرة في معظم المدن الرئيسة في الشرق الأوسط – إن لم يكن كلها – فلم يزل الاحتكار الإعلامي في يد تلك الوكالات الثلاث العملاقة. إنَّ معظم البلدان في الشرق الأوسط لديها وكالات أخبار خاصة مثل وكالة

الأنباء الكندية «سي بي»، ولكن حتى الآن لا يوجد وكالة أنباء عربية.

تحتلّ «الجزيرة» و«العربية» ومؤسسات أخرى مركزاً متميزاً لإيجاد مصادر إضافية أخرى للمصادر التي تستقي منها «ايه بي»، و«ايه إف بي»، و«يو بي آي»، و«رويترز» معلوماتها. فهم يستطيعون فعل ذلك؛ لأنَّ لديهم مراسلين في مواقع تمكنهم من التثبت من سلامة المعلومات، ومن ثَمَّ يمكنهم نصب أنفسهم متلقِّين للمعلومات بطريقة مباشرة من مصادرها الأولية.

يضع العمالقة الثلاثة أنفسهم مستقبلين أوليين لموج عارم من البيانات الصحفية والأنباء والتنبيهات والاستطلاعات والدراسات وآراء المتخصصين، وذلك بشكل يومي وفَّرَهُ جيشٌ من عباقرة العلاقات العامة الذين يمثلون الشركات العملاقة المتعددة الجنسيات، وأسواق الأسهم، والمؤسسات المؤثرة، تشمل بذلك جميع المستويات الحكومية.

ليس من الصعب تخيل تأثير هذه الوكالات الأربع - التي أصبحت ثلاثة الآن - والتي تقدم المعلومات الأولية على المنتجات الإعلامية التي تُقدَّم للمستهلك يوميّاً، فالقبضة المعلوماتية الخانقة التي يستمتعون بها تفرض مجموعة من أشكال السلوك، سواء أكانت على صالة الأخبار في الشرق الأوسط، أم في الشرق الأدنى أم في آسيا أم في أوربا الغربية أم في أمريكا الشمالية.

فالاعتماد على هذه المصادر في العقود الثلاثة الأخيرة قد أنتج هرم سُلْطة يحدد ما يُرى موثوقاً للتقرير الإعلامي، فلو أنَّ «رويترز»، أو «ايه

بي»، أو «ايه إف بي» أوردت بعض الأنباء، تُقبَل على أنها تتمتع بمصداقية أكبر وثقل أكثر في ميزان حقيقة الأشياء مما لو أوردتها وكالة الأنباء الكاريبية «كانا» (CANA)، فصالات الأخبار تجازي التوافق والصدق لعلمها أنَّ الانحراف كثيراً ما يَنشأ عنه الخطأ والاعتذارات المحرجة والتراجعات وأحياناً دعاوى قضائية باهظة التكاليف.

وبالمثل؛ فإن الخبير سواء أكان بيروقراطيّاً، أم عالماً، أم منسق استطلاعات، يُعتبر مصدراً موثوقاً، ومن ثمّ يُصنَّف دائماً في مرتبة أعلى من نظيرٍ له غير مرتبط بمؤسسة مُعينة، فالخبير الذي تم اختباره والاستشهاد به من مصدر مرموق سيظل دائماً مُفضلاً على مَن لم تسبق تجربته. هذا هو السبب وراء تكرار ظهور الخُبراء مِراراً وتكراراً في الصحافة المطبوعة، والإذاعة، والتلفزيون، للإجابة على الأسئلة الرتيبة ذاتها، وبنفس الإجابات المملة.

وباعتبار الوضع الحالي للصناعة الإعلامية العربية والإسلامية، فلا إشكال في أن نقول: إنَّ وجود وكالة أنباء عربية أو إسلامية ليس مما يلوح في آفاق المستقبل القريب.

إنَّ الإستراتيجية الممكنة لإيجاد منظورات بديلة في تيار الوسط الإعلامي هو إنشاء النظير المسلم لمعهد الدقة العامة أو «آي بي ايه» (IPA). ففي أواخر التسعينيات أُقِرَّ بأنَّ مصادر الإعلام آخذة في التقلص، وأنَّ التخفيضات الهائلة في الميزانية لصالات الأخبار تركت صحفيين قلائل مُكلَّفين بأعمال أكبر، فبدلاً من إقامة المزيد من الأجهزة لشن هجمات

إعلامية مضادة، وضع معهد الدقة العامة بذكاء نصب عينيه التبعية الإعلامية لمجموعة من الخبراء لتقديم مقاطع صوتية رنانة.

وكان المعهد قد تسلَّم بعد إنشائه عام ١٩٩٧ منحةً تُعرَف بمنحة رواد المصلحة العامة لمدة سنتين بمقدار ١٠٠,٠٠٠ دولار سنوياً من صندوق عائلة سترن، وبذا أنشأت مكتبها الإعلامي في مبنى الصحافة الوطنية في واشنطن، وهدف المعهد هو التأكد من أنَّ الأمور المتعلقة بالسياسات العامة - كالبيئة وحقوق الإنسان والسياسة الخارجية والعدالة الاقتصادية - تعالجها وسائل الإعلام السائدة.

ولتحقيق هذا الأمر جمع المعهد قاعدة معلومات مفصلة يتم تجديدها وتحديثها باستمرار للمنتجين والمعلّقين والصحفيين في معاهد الإعلام في أرجاء أمريكا الشمالية، ويستخدم المعهد قاعدة المعلومات هذه بطريقة فعالة جداً عند ظهور أنباء عاجلة؛ إذ يُرسل في التوّ قائمة بالخبراء المعنيين.

خلال العقد الماضي مكَّن المعهد العديد من محللي السياسات والعلماء وغيرهم من الباحثين المستقلين من أن يُسمع صوتهم، وبالتقدير فإنَّ بيانات المعهد الإخبارية قد عززت مكانة محللين من أكثر من ١,٠٠٠ منظمة تقوم بالعمل على نطاق واسع من قضايا السياسات العامة.

فوجود معهد إسلامي للدقة العامة سيمكن أيضاً من تشكيل قصص إخبارية، وحشد فريق خبراء خاص به إلى الإعلام السائد.

كما إنَّ الاستخدام الفعال للشبكة العنكبوتية العالمية قد يحوِّل في القريب إلى جبهة رئيسة أخرى للمسلمين، لفتح معركة جديدة ضد

الاحتكار الغربي لمصادر الأخبار، وقد بدأ هذا يحدث الآن بشكل طبيعي بدلاً من أن يكون نتيجة لخطة مسبقة.

## الملكية والحجم

يُقاس حجم السوق في الصناعة الإعلامية وفق اتساع أرضيتها الجماهيرية، واتساع الأرضية الجماهيرية بدوره يحدد حجم عوائد الإعلانات التي ستجتذبها الصحيفة أو القناة الإذاعية أو التلفزيونية، وهو ما سيحدد في النهاية استمرارها أو بقاءها على المدى الطويل.

وحيث إن صحيفة ذات عدد قُراء يقل باستمرار لن يكون لها قيمة تُذكر في نهاية المطاف، فمسؤولو الأخبار سيكونون مجازفين فيما لا يكادون يفعلونه هو أن يتحدَّوا بشكلٍ صريحٍ المنظور المهيمن على عقل جمهورهم الأساسي.

فالمحررون في المؤسسات الإعلامية في المدن والبلدات الصغيرة سيكون لهم على الأرجح إرادة أقل في المخاطرة بقصص إخبارية تتحدى التصورات العامة، فبانزعاج القراء يتوتر المعلنون؛ لعلمهم أنه قد ينتج عن ذلك رد فعل عنيف ضد مصالحهم، وقد قام المسلمون بحملاتٍ حول العالم لمقاطعة المنتجات الدنماركية، بعد أن قامت جريدة «يولاندس بوسطن» (Jyllands-Posten) الدنماركية بنشر الرسوم المسيئة للرسول ﷺ.

ويمكن أن يقع الصحفيون في المجتمعات الحرة والمفتوحة تحت وطأة المساءلة، بل كثيراً ما يقع ذلك، ولكن ما يزال تصور أن ضبط الإعلام

يكون باستهداف دخله قائماً، وهذا الأمر أسهل تحقيقاً إذا ما كان الإعلام صغيراً نسبيّاً، ومعتمداً على عدد صغير من المعلنين، فمسؤولو الأخبار أصبحوا الآن وبسبب أزمة الرسوم على دراية تامة بأنَّ الإنترنت يمكنه تحويل الهجمات الصغيرة إلى عواصف نارية عالمية.

إنَّ الحجم يؤثر على اختيار القصص الإخبارية، فعلى فرض أنَّ حدثاً يجري في دارفور، فمن الواضح أنَّ المؤسسات الإعلامية الصغيرة ذات التمويل المحدود لن تقدِر على أن تبعث مُراسليها، وأنها على الأرجح ستعتمد على اجـترار الأخبار من المزودين الأساسيين، أو شبكة من المراسلين المستقلين.

ويحدد الحجم أيضاً نوع القصص الإخبارية التي سيشعر المحررون بالارتياح حيال نشرها، فالمسؤولون التنفيذيون سيخبرون المنتجين والمراسلين «أنَّ القراء قد شبعوا من تلك القصة»، أو «أنني لا أرى أن القصة سيكون لها قوة اجتذاب لدى جمهورنا»، فالحجم يُشعر الصحفيين بما يمكن إقصاؤه من الأخبار دون التعرض لأي خطر، وبما لا يمكن تجاهله.

ومن النتائج الهامة لحجم المؤسسة هو أنَّ وسائل الإعلام يُحتمل أن تحاكي المؤسسات الإعلامية الضخمة في المواقف التحريرية، وهذه العلاقة لا تقتصر على تشبيه الكثير من المحللين لها بطابع يشابه «سفاح ذوي القرابة» في عالم الإعلام المعاصر، ولكنها كثيراً ما تحبس القصص السلبية في دوامة من التكرار، وبأسلوب آخر: لو أنَّ عدداً كافياً من وسائل الإعلام الكبرى تقول إنَّ الأمر كذلك فلا بُدَّ أن يكون كذلك.

إنَّ وسائل الإعلام الصغيرة المملوكة لشركات أكبر لديها حظٌّ يسيرٌ من الاستقلالية التحريرية، أو ليس لديها أي حظٍّ منها، وعملياتهم تقتصر على إعادة إعداد الأخبار، أو الترفيه من المؤسسة الأم، بالإضافة إلى إدراج بعض المواضيع المحلية، فالاحتكار الإعلامي هو دائماً هاجسٌ مقلقٌ للمؤسسات المدنية في الديمقراطيات الغربية الليبرالية.

يعي المسلمون جيداً اللغز الذي يشكله عامل الملكية في الإعلام، ولكن حتى مع وجود أكثر من ٥٠٠ قناة تلفزيونية مملوكة عربيّاً تُضيء خريطة العواصم من المغرب إلى لبنان، ومن القاهرة إلى إسلام أباد، فالإعلام الغربي ما زال يصوّر الإسلام والمسلمين بالشكل ذاته الذي كان يصوّره منذ ٣٠ عاماً.

فالصعود الصاروخي لعملاقي الإعلام العربي «الجزيرة» وهي المتاحة لما يزيد عن ستين مليون أسرة حول العالم عدا شمال أمريكا، و«العربية» التابعة لمركز تليفزيون الشرق الأوسط، الذي يتأخر عن تلك الأولى ببعض الخطى، قد قدَّم القليل لدرء التحكم الغربي في طريق المعلومات الدولي السريع.

وما كانت «الجزيرة» لتوجد لولا أمير قطر الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني، ففي عام ١٩٩٦ أصدر مرسوماً بإنشاء الجزيرة وتمويلها في أول خمس سنين من عمرها بمنحة مقدارها ١٣٧ مليون دولار، وحتى عام ٢٠٠٦ كان لا يزال هو الممول لجُل ميزانية «الجزيرة»[٦].

---

٦. Lorne Manly, "Translation: Is the Whole World Watching?" The New York Times, 26 March 2006.

وبالمقارنة بملكية الإعلام في الغرب، فلا يوجد في تمويل «الجزيرة» ما ينتج عنه التضحية بالنزاهة الصحفية لها طالما عملت صالة الأخبار بمنأى عن القصر الأميري.

«منذ بزوغها في نوفمبر عام ١٩٩٦ فـ«الجزيرة» قد أزعجت جمهوراً غفيراً بأخبارها وتعليقاتها التي لا تتماشى بالضرورة مع آراء الملوك والسلاطين، فضيوفها قد استجوبوا حقَّ آل سعود في حكم السعودية، ففي وقت أو آخر منعت جميع الدول في الشرق الأوسط تقريباً مراسلي الجزيرة، أو قلصت عددهم»[٧].

أمَّا مؤسسة البث الكندية «سي بي سي» على سبيل المثال فهي قناة بث مخصص لها ميزانية سنوية من الحكومة الفيدرالية، فالحكومة ليس لها يد على الإطلاق في سياساتها التحريرية، و«سي بي سي» في المقابل تتخذ إجراءات مناسبة للتماشي مع ميثاق أجهزة البث الكندي والقواعد المنظمة له.

بينما نجد أنَّ العديد من الجرائد، والمجلات، والقنوات التليفزيونية والإذاعية قد ازدهرت في المجتمعات ذات الأغلبية المسلمة، إلا أنَّ الإعلام المسلم لا يبدو أنه قد حقق نجاحاً ملحوظاً.

وخلال كلمته لنادي الصحافة الخارجية في لندن عام ٢٠٠٣، كشف فؤاد نهدي عن تقييمه المتشائم للإعلام المسلم في الشرق الأوسط وآسيا، وأنه «مُملٌّ ومنحاز ومنشغل بإطلاق الأحكام وعاميّ»[٨].

---

٧. المصدر السابق.
٨. ."Nahdi, "Islam and the Media

ولكن نهدي (Nahdi) الذي أطلق مجلة «كيو-نيوز» (Q-News) عشية أزمة البوسنة والهرسك يعتقد أنَّ «المستقبل مِلكٌ لإعلام إسلامي مهني ديناميكي ذي صلة بالواقع، وفي نفس الوقت مُنتَج ومتمركز في الغرب»[٩].

مع ذلك فحطام المجلات الإسلامية الوليدة والبالية والمنتهية، والملتقطة من الأرشيف الشخصي للكاتب يروي لنا قصة مختلفة تماماً.

- «إيمل» (EMEL) (تُطبع حالياً في المملكة المتحدة، ويُقال إنها مدعومة بشكل كبير بتمويل خليجي).
- مجلة «إيلووم» (Illume): مجلة شابة نابضة بالحياة من الساحل الغربي للولايات المتحدة، غير منتظمة، مبشرة بنجاح، لكنها حالياً تواجه مشاكل مالية.
- «كيو-نيوز إنترناشيونال» (Q-News International): كانت في الماضي مجلة بريطانية مستقلة ذات نظرة ثاقبة، وهي الآن متوقفة.
- مجلة «إسلاميكا» (Islamica): رائدة المطبوعات الفكرية، متوقفة عن الصدور.
- «كريسنت إنترناشيونال» (Crescent International): دعائية موالية لإيران، محببة لدى الشباب المتطرف في جنوب أفريقيا والشرق الأقصى، وهي تعزز وتغذي الكراهية لكل شيء غربي.

---

٩. المصدر السابق.

- «إنسايت» (Insight): كانت تصف نفسها بأنها أكبر مجلة نصف شهرية أوربية مسلمة، توقفت عن الإصدار.
- «ذي أمريكان مسلم» (The American Muslim): ينشرها مجتمع المسلمين الأمريكيين المعروف اختصاراً بـ«ماس» (Muslim American Society, MAS)، وهو متفرع من الإخوان المسلمين، ويبدو أن المجلة إمَّا متوقفة أو غير منتظمة.
- «إسلامك هورايزن» (Islamic Horizon): تقوم الجمعية الإسلامية لأمريكا الشمالية في أحيان قليلة بإصدارها، (غير منتظمة).
- «ذي مَسِج» (The Message): أنشأتها الدائرة الإسلامية لأمريكا الشمالية، توقفت عن الإصدار.
- «ذي ميناريت» (The Minaret): من كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، توقفت عن الإصدار.
- «نيو دون» (New Dawn): مجلة للشباب المسلم، توقفت عن الإصدار.
- «ذي مسلم تريبيون» (The Muslim Tribune): توقفت عن الإصدار.
- «إمباكت» (Impact): تنشرها المؤسسة الإسلامية في المملكة المتحدة، توقفت عن الإصدار.
- «الطالب» (At-Talib): المجلة المسلمة في جامعة كاليفورنيا بلوس أنجلوس، توقفت عن الإصدار.
- «ليفينج إسلام» (Living Islam): توقفت عن الإصدار.
- «ذي رايت باث» (The Right Path): توقفت عن الإصدار.

في منتصف الثمانينيات كان عملاقا مشهد المجلات الإسلامية هما: مجلتَي «أفكار إنكويري» (Afkar: Inquiry) و«عربية: ذي إسلاميك ورلد ريڤيو» (Arabia: The Islamic World Review)، وكانت مجلة «أفكار» تُنشر لمدة خمس سنوات بصفة ثابتة بدعم مادي من علماء الشيعة بإيران، وعندما قررت المجلة استنكار مظاهرة احتجاج إيرانية في موسم الحج عام ١٩٨٧ انتهت إلى خطأ رهيب، وقطعت إيران عندها شريان إمداد التمويل وبذا أُغلِقت المجلة.

مجلة «عربية» أيضاً تنعمت في خمس سنوات قوية من النشر المتصل، وقد ازدهرت المجلة تحت تمويل وزير البترول السعودي السابق زكي يماني، ولكن مع نضوب شريان التمويل انتهت، وأصبحت ذكرى في التاريخ.

القناة التلفزيونية «إسلام تشانال» (Islam Channel) في لندن، وشبكة البث الإسلامي «آي بي إن» (IBN) في واشنطن، و«بريدجز تي ڤي» (Bridges TV) في نيويورك تشهد جميعها مشقة في إصلاح بثّ برامجها، وهي جميعها تحظى بجماهيرية بين الأمهات وربات البيوت والآباء والأجداد المتقاعدين والعاطلين، وهي جميعاً فاشلة بشكل مُحزن في تقديم برامج إخبارية وترفيهية تتميز بالذكاء والهدوء.

وقد استلزم الأمر أن تقوم قناة البث الكندي «سي بي سي» – وليس «إسلام تشانال» أو «بريدجز تي ڤي» – بعمل يُعدّ اليوم مسلسلاً فُكاهيّاً غاية في النجاح عنوانه: «المسجد الصغير في البراري» أو «ذي ليتل موسك

أون ذي براري» (Little Mosque on the Prairie)، الذي يُعرض الآن في موسمه الثالث.

وفي الآونة الأخيرة قد ظهر على المشهد الإعلامي العديد من محطات التليفزيون على شبكة الإنترنت، وعلى الرغم من ضرورة الترحيب بتلك المحاولات إلا أنه من المستحيل في الوقت الحالي تقييم التأثير الناتج – إن وجد – عن «لينك تي في»، و«برس تي في» المملوكة إيرانيّاً، أو «سلام كافيه» في أستراليا، أو برنامج «مسلم كافيه» (MuslimCafe) التليفزيوني في المملكة المتحدة.

## خاتمة

إنَّ حملات الهجوم الإعلامي المضادّ الهادفة إلى تهذيب الإعلام ستستمر، فقد انتهى استطلاع أُجري مؤخراً تحت رعاية «كير» إلى أنَّ ٢٥٪ من الأمريكيين يعتقدون أنَّ القوالب النمطية السلبية للمسلمين حقيقية في فحواها، «وأنَّ المسلمين يُعلِّمون أطفالهم الكراهية».

ويعتقد المجلس الإسلامي الكندي «سي آي سي» (The Canadian Islamic Congress – CIC) أنَّ هذه الأرقام تكاد تكون مماثلة في كندا، وقد أرسل المجلس رسالة شكوى إلى مجلة «ماكلينز» (Maclean's Magazine) حول مقالة بقلم مارك ستاين (Mark Steyn) تحت عنوان «المستقبل مِلك للإسلام»، وعندما رفضت «ماكلينز» أن تخُضع دعوات ستاين التحريضية للرقابة، قدَّم المجلس اتهاماً ضد «ماكلينز» للجنة حقوق الإنسان لمقاطعة

أونتاريو، ولكن اللجنة امتنعت عن النظر في القضية؛ استناداً إلى أنه ليس لها سلطة النظر في الدعاوي والفصل فيها، وفي خطابها إلى المجلس و«ماكلينز» عبّرت اللجنة عن «استنكارها الشديد للتصوير الإسلاموفوبي (التصوير المحرّض على الرهاب من الإسلام والمسلمين) للإسلام والمسلمين، وأنَّ المسؤولية تقع على عاتق الإعلام للمشاركة في صحافة عادلة وحيادية».

ولكن عندما يتعلق الأمر بالتلفزيون، فالهجوم الإعلامي المضادّ أمامه طريق شاق وأكثر وعورة لتسلكه، ولكن أمامه أيضاً فرصة كبرى في ضبط الإعلام إذا ما استهدفت البنيات المؤسسية المعدة لتنظيم العمل الإعلامي.

إنَّ الجهة المنظمة للبث الإعلامي في الولايات المتحدة الأمريكية هي لجنة الاتصالات الفيدرالية «إف سي سي» (FCC)، وفي كندا هي لجنة الإذاعة والاتصال السلكية واللاسلكية «سي آر تي سي» (CRTC)، والمفوضية الأوربية لديها «الميثاق الأوربي للتلفاز عابر الحدود»، واليونسكو بالتعاون مع هيئة الكومنولث للبث «سي بي ايه» (CBA)، التي لديها الآن وثيقة «مبادئ توجيهية لتنظيم البث».

في عام ٢٠٠٨ اعتمدت جامعة الدول العربية وثيقة مبادئ لتنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتليفزيوني في المنطقة العربية، وهي التي أثارت جدلاً ضخماً حول حرية الصحافة، لكن لبنان وقطر - والأخيرة تحتضن مقر قناة الجزيرة - رفضتا التوقيع على الميثاق، وتعللت الدوحة بأنها بحاجة إلى مزيد من الوقت لتقييم تأثيرها المحتمل.

إنَّ الصحفيين في قلق من أن الميثاق سيزيد التحكم الحكومي على

القنوات التليفزيونية، وسيقمع التعبير السياسي مما سيُنهي بشكل مفاجئ حواراً مفتوحاً ودرجة من التغير الاجتماعي تُلازم الحرية.

إنَّ الشاغل الأهم هنا هو أنَّ القنوات العربية التي تربو على المئتين والخمسين تعتمد على قمرين فضائيين – النايل سات المصري، والعربسات السعودي – وأنه لو ظنَّت إحدى هاتين الحكومتين أنَّ قناة ما تُخالف الميثاق، فيمكنها من جانب واحد مصادرة مُعدات تلك القناة وإنهاء ترخيصها.

إنَّ الحجة المعاكسة هنا هي أنه مع القوة تأتي المسؤولية، وفي حين أنَّ قانون الميثاق هذا قد يكون مبهماً عندما يخص الأمر انتقاد الرموز الثقافية وقادة الدول، فهو في الوقت ذاته لا يخنق الأصوات المنشقة أو المعارضة، وبدلاً من ذلك، فهو يدعو إلى الممارسة المسؤولة لحرية التعبير، عن طريق مطالبة المذيعين بتقديم الحقائق إلى الجمهور، والامتناع عن التشهير بالشخصيات العامة أو مهاجمتها وتشجيع الإرهاب والعنف، وإطاحة الحكومات باستخدام القوة.

وانطلاقاً من الاعتراف بوجود الاتجاه العلماني الموالي للغرب في وسائل البث الإعلامي العربي، في مجالي الأخبار والترفيه، وحقيقة أنَّ وسائل الإعلام الغربية عادة ما تطعن في الإسلام والمسلمين، فالميثاق العربي يحتوي على المادة التي تدعو إلى ضبط المحتوى الذي لا يُسيء إلى معتنقي الإسلام فحسب، بل إلى معتنقي الأديان الأخرى أيضاً.

وهناك مبدأ مهم يتضمنه الميثاق ضد البرامج التي تمجد المجرمين وتصورهم على أنهم أبطال، أو التي تشجع على العنصرية وغيرها من ألوان

التمييز، مثلها في ذلك مثل الميثاق الأوربي، فهو يحدّ من الإعلانات عن المخدرات والخمور والسجائر، ويحظر بث المواد الإباحية.

وتجدر الإشارة إلى أنه في عام ٢٠٠٥، وقّع الكونغرس الأمريكي على قانون إنفاذ آداب البث الإعلامي، الذي ضاعف العقوبة على الإعلاميين إذا انتهكوا معايير لجنة الاتصالات الفيدرالية، وخلال محاولة تمرير القانون أوضح أعضاء الكونغرس أنَّ عدد شكاوى البذاءة قد ارتفع من المئات سنوياً إلى مئات الآلاف، وأن على مسؤولي البث تحمل المسؤولية، بما يعكس معايير الآداب العامة وفق أعراف مجتمعاتهم.

وبالمثل فالميثاق العربي يمنع «الصحافة الصفراء»، والآراء المتنكرة في رداء الأخبار، وانتهاكات حقوق الملكية الفكرية، والبرامج التي تشجع على الإرهاب والكراهية، أو الخرافات مثل الشعوذة.

والهدف من ذلك هو السماح لوسائل الإعلام ببناء مجتمع مدني متعقل، يقوم على الاحترام والآداب العامة، وإذا كان الإعلام العربي يريد تحقيق ذلك فيمكن أن يكون قدوة مُثلى لوسائل الإعلام الغربية لتحتذي بها، وذلك بأن تضع نهاية لتصويرها للإسلام والمسلمين تصويراً سلبياً ساحقاً(*).

* بخصوص مصادر البحث، يرجى الاطلاع على الملحق "Bibliography" صفحة 25.

Look at the Palestinian Uprising". ADC Issue Paper No. 21. ADC Research Institute, 1988.

*The Channel.* "Young and Looking Good" (An inside examination of Al Arabiya's place within the Middle East Broadcasting Corporation (MBC) Group).

*The Channel Magazine.* The Association for International Broadcasting, vol. 9, n. 2., 2006.

Vassallo, Wanda and Angel, Dean. *How to Handle The News Media.* Cincinnati, Ohio: Betterway Books, 1992.

Wolfe, Morris, *Jolts: The TV Wasteland and the Canadian Oasis.* Toronto: James Lorimer and Company, 1985.

Mander, Jerry. *Four Arguments For The Elimination of Television.* New York: Quill, 1978.

Manly, Lorne. "Translation: Is the Whole World Watching?" *The New York Times*, March 26, 2006.

Mowlana, Hamid. "Communication, Ethics and the Islamic Tradition". Chapter 9 in Thomas W. Cooper et.al, *Communication Ethics and Global Change.* White Plains, N.Y.: Longmans, 1989.

Nahdi, Fuad. "Islam and the Media – The Slow Starvation of Balanced Coverage? Unpublished talk given to the Foreign Press Club on 27 February 2003.

Nash, Knowlton. *Cue the Elephant: Backstage Tales at the CBC.* Toronto: McClelland & Stewart Inc., 1996.

Rushkoff, Douglas. *Coercion: Why We Listen to What "They" Say.* New York: Riverhead Books, 1999.

Said, Edward W. *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How we See the Rest of the World.* London: Routledge and Kegan Paul, 1981.

Shapiro, Samantha M. "The War Inside the Arab Newsroom". *New York Times Magazine.* January 2, 2005.

Siddiqui, Dilnawaz A. "Mass Media Analysis: Formulating an Islamic Perspective". *The American Journal of Islamic Social Sciences*, vol. 8, n. 3, 1991.

Smith, Anthony, *The Newspaper: An International History.* London: Thames and Hudson, 1979.

Steel, Janet. "TV's Talking Headaches: When covering a crisis the networks call on experts—but show little expertise when it comes to choosing and using them". *Columbia Journalism Review.* July/August 1992.

The American-Arab Anti-Discrimination Committee, "Media Monitoring Guide: How to Voice Your Concerns to the Media". Published by ADC 1986.

The American-Arab Anti-Discrimination Committee, "The Uprising in Cartoons: North American Political Cartoonists

Council on American Islamic Relations (CAIR). "A Point-by-Point Analysis of the PBS Documentary 'Jihad in America' aired Nov. 21, 1994". Published by Council on American-Islamic Relations.

—. *A Rush to Judgment: A Special Report on Anti-Muslim Stereotyping, Harassment and Hate Crimes Following the Bombing of the Oklahoma City's Murrah Federal Building*, April 19, 1995. Published by CAIR, September 1995.

Council on American-Islamic Relations-Canada. "A Journalist's Guide to Islam". First Canadian Edition, 2002.

Day, James. *The Vanishing Vision: The Inside Story of Public Television.* Berkeley: University of California Press, 1995.

Desbarats, Peter and Southerst, John, eds. *Information/Crisis/Development: News from the Third World,* Journal published by the Graduate School of Journalism (University of Western Ontario), 1986.

Desbarats, Peter, and McNair, George, eds. *Informatics–Development, Information, Economics and Power: The North -South Dimension.* Journal published by the Graduate School of Journalism, University of Western Ontario, 1984.

El-Nawawy, Mohammed and Askandar, Adel. *Al-Jazeera: How The Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East.* Colorado: Westview Press, 2002.

Hamid, Abdul Wahid. "Urban Grapevines: Establishing Community Newspapers". pages 159–166. in *Contemporary Communications of Islam*. Ed. Ziauddin Sardar.

Kohn, Bob. *Journalistic Fraud: How The New York Times Distorts the News and Why It Can No Longer Be Trusted.* WND Books, 2003.

Malutm, Ramez. "Covering the Cartoons: How Arab TV Analyzed the Controversy". *Middle East Broadcasters Journal.* Issue 6, April–May 2006.

# Bibliography

Abdullah, Aslam. "The Muslim Media: Present Status and Future Directions". *Forum Komunikasi*, vol. 1, n. 2. Jan. 1988.

Abu-Fadl, Magda. "Is Coverage of Arabs, Islam Good? Western Media Under Scrutiny". *The Huffington Post,* April 26, 2008.

Amin, Hussein Y. *The Arab States Charter for Satellite Television: A Quest for Regulation.* Published by Arab Media and Society, March 2008. [The author is Chair of the Department of Journalism and Mass Communication at the American University of Cairo and was the lead author of the Arab Satellite Broadcasting Charter].

CBC News Study: "What Canadians 'want' and 'need' from their news media". 2005–2007. An internal document.

Chomsky, Noam. *Media Control.* New York: Seven Stories Press, 2002.

Chomsky, Noam and Herman, Edward S. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media.* New York: Pantheon Books, 1988.

Cockburn, Alexander and St. Clair, Jeffrey. "End Times: The Death of the Fourth Estate". *CounterPunch*, 2007.

Similarly, the Arab Charter prohibits yellow journalism, opinions disguised as news, violations of intellectual property rights, and programs that promote terrorism, hatred or superstitions such as black magic.

The aim of the Charter is to allow the media to build a sane civil society based on respect and common decency. If the Arab media can achieve this, perhaps it can set an example for the Western media to reciprocate by bringing an end to their overwhelmingly negative portrayal of Islam and Muslims.

change that accompanies freedom.

A more real concern is the fact that the 250-plus Arab TV stations depend on two satellites – Egypt's NileSat and Saudi Arabia's ArabSat – and if these governments believe a station is in violation of the Charter, they could unilaterally confiscate equipment and revoke broadcasting authorization.

A counter-argument is that with power comes responsibility. While the Charter might be vague on the issue of criticism of cultural symbols and leaders of states, it does not stifle dissent or opposition voices. Rather, it calls for the responsible exercise of freedom of expression by demanding broadcasters provide facts to the public, and refrain from defaming or libeling public figures or promoting terrorism or violence, including the violent overthrow of governments.

Recognizing the secular, pro-Western trend of the Arab broadcast media, both in the areas of news and entertainment, and the fact that the Western mass media routinely maligns Islam and Muslims, the Arab Charter contains an article calling for the regulation of content that would offend not only the adherents of Islam, but also other religions as well.

The Charter contains a provision against programs that portray criminals as heroes or that encourage racism and other forms of discrimination. Like the European Convention, it restricts advertising of drugs, alcohol and cigarettes and forbids the broadcasting of pornography.

It is worth recalling that in 2005, the US Congress signed into law the Broadcast Decency Enforcement Act which increased the penalty that broadcasters must pay for violating FCC standards tenfold. In passing the law, members of Congress said that indecency complaints had risen from hundreds per year to hundreds of thousands per year and that broadcasters had a responsibility to reflect common standards of decency, as defined by their communities.

A recent poll sponsored by CAIR found that 25% of Americans believed negative stereotypes about Muslims to be true and that Muslims "teach their children hate".

The Canadian Islamic Congress (CIC) obviously believes the numbers are similar in Canada. It complained to *Maclean's* magazine about an article written by Mark Steyn titled "The Future Belongs to Islam". When *Maclean's* refused to censor Steyn's highly inflammatory allegations, CIC filed a charge against *Maclean's* with the Ontario Human Rights Commission.

The Commission declined to hear the case on the grounds that it lacked jurisdiction. In its letter to the CIC and *Maclean's*, the Commission said it "strongly condemns the Islamophobic portrayal of Muslims" and that the "media has a responsibility to engage in fair and unbaised journalism".

When it comes to television, flak has an even harder task, but it has a greater chance at disciplining the media if and when it targets the institutional bodies that are set up to regulate broadcast media.

In the United States, the regulatory broadcast body is the Federal Communication Commission (FCC) and in Canada it's the Canadian Radio and Telecommunication Commission (CRTC). The European Commission has the European Convention on Transfrontier Television and UNESCO, in collaboration with the Commonwealth Broadcasting Association (CBA), now has Guidelines for Broadcasting Regulation.

In 2008, the Arab League adopted an Arab Charter for Satellite Television Broadcasting and ignited a huge controversy over freedom of the press. Lebanon and Qatar, home bases of Al Jazeera, refused to sign the broadcasting code. Doha said it needed more time to assess its potential impact.

Journalists are concerned that the Charter will increase government control over TV channels and curb political expression, bringing an abrupt end to open debate and a level of social

- *At-Talib* (The Muslim Magazine at UCLA, defunct).
- *Living Islam* (defunct).
- *The Right Path* (defunct).

In the mid-1980s, the giants on the Muslim magazine scene were *Afkar Inquiry* and *Arabia: The Islamic World Review*. *Afkar* published consistently for five years with fiscal support from the clergy who governed Iran. When the magazine decided to condemn an Iran-led protest at the Hajj of 1987, Iran pulled the plug on funding and the magazine was buried.

*Arabia* too enjoyed five years of uninterrupted publication. Funded by the former Saudi oil minister Zaki Yamani, the magazine flourished. However, when funds dried up, it sunk into the abyss of history.

In the field of broadcasting we see similar difficulties. For example, the Islam Channel in London, Islamic Broadcast Network (IBN) in Washington, and Bridges TV in New York are all experiencing an arduous programming patch. They are popular with stay-at-home moms, retired parents, grandparents and the unemployed. They have been dismal failures in offering any intelligent or thoughtful news and entertainment programs.

It took the Canadian Broadcasting Corporation (CBC), not Islam Channel or Bridges TV, to commission what is today a highly successful sitcom called *Little Mosque on the Prairie*, now in its third season.

Recently a number of online television stations and shows have popped up on the media landscape. While they should be welcomed, it is impossible at this time to assess the impact, if any, of Link-TV, the Iranian owned Press-TV, Salam Cafe in Australia, or the MuslimCafe TV show in the UK.

## *Conclusion*

Flak campaigns aimed at disciplining the media will continue.

and based in the West".[7]

However, the debris from fledgling, decrepit and dead Muslim magazines plucked from the author's personal archive tells a very different story.

- *EMEL* (currently published in the UK and purportedly heavily subsidized with funds from Gulf States).
- *Illume Magazine* (a vibrant youth initiative from the West coast of the USA. Irregular, looks promising, but currently struggling financially).
- *Q-News International* (a once independent and insightful British publication, now on hiatus).
- *Islamica Magazine* (a top-of-the-line intelligent publication, currently suspended).
- *Crescent International* (pro-Iranian propaganda popular among radicalized youth in South Africa and the Far East. The paper fosters and nurtures a hatred for everything Western).
- *Insight* (describes itself as "Europe's biggest Islamic bi-monthly magazine", defunct).
- *The American Muslim* (published by Muslim American Society or MAS, an offshoot of the Muslim Brotherhood. Appears to be defunct or irregular).
- *Islamic Horizon* (published by the Islamic Society of North America, irregular).
- *The Message* (published by the Islamic Circle of North America, defunct).
- *The Minaret* (California, USA, defunct).
- *New Dawn* (magazine for Muslim Youth, defunct).
- *The Muslim Tribune* (defunct).
- *Impact* (published by the Islamic Foundation in the UK, defunct).

7. Ibid.

decree establishing Al Jazeera and then bankrolled its first five years with a grant of $137 million. As of 2006, he was still footing the bulk of the channel's annual budget.[4]

When contrasted with media ownership in the West, there is nothing about Al Jazeera's funding that should compromise its journalistic integrity so long as the newsroom functions independently of the Emir's palace.

According to Lorne Manly: "Since its debut in November 1996, Al Jazeera has offended multitudes with news and commentary that do not necessarily conform to the views of rulers or kings. Guests have questioned the right of the Saud family to rule Saudi Arabia. At some time or the other nearly every country in the Middle East – save Israel – has banned or curtailed its reporters".[5]

The Canadian Broadcasting Corporation (CBC), for example, is a public broadcaster that is allocated an annual budget by the federal government. The government in turn has absolutely no say in the CBC's editorial policy and the CBC takes appropriate measures to comply with its charter and the rules of Canada's regulatory broadcast body.

But while multiple newspapers, magazines, television and radio channels flourish in Muslim majority societies, Muslim-owned media do not seem to have done all that well.

In his 2003 talk to the Foreign Press Club in London, Fuad Nahdi's glum assessment of Islamic media in the Middle East and Asia is that "it is boring, partisan, judgmental and pedestrian".[6]

But Nahdi, who launched *Q-News* magazine on the eve of the Bosnia-Herzegovina conflict, believes "the future belongs to a dynamic, relevant and professional Muslim media produced

4. Lorne Manly, "Translation: Is the Whole World Watching?" *The New York Times*, 26 March 2006.
5. Ibid.
6. Nahdi, "Islam and the Media".

on news from the major suppliers or on a network of freelance journalists.

Size also determines the kinds of stories that editors will feel confident enough to print. Executives will tell producers and reporters that "readers have had enough of that story", or "I don't think that story will have much traction with our audience". Size tells journalists what they can safely exclude and what stories they can't afford to ignore.

An important consequence of size is that small media outfits are likely to imitate the editorial positions of large media. This relationship has not only produced what many analysts have described as the incestuous character of today's media, but it has often kept negative stories in a repetitive cycle. In other words, "if enough big media outfits say it is so, it must be true".

Small media outfits that are owned by larger companies have little or no editorial autonomy. Their operations are limited to repackaging news and entertainment from their parent company with some local items inserted. Media monopoly is always a frightening idea to civic organizations in Western liberal democracies.

Muslims are well aware of the conundrum media ownership presents. But even with over 500 Arab-owned TV stations dotting capitals from Morocco to Lebanon and from Cairo to Islamabad, the Western media continues to portray Islam and Muslims much the same way it did 30 years ago.

The meteoric rise of two Arab media giants – Al Jazeera, available to well over 60 million households worldwide (except North America), and Al Arabiya, a subsidiary of Middle East Broadcasting Corporation trailing a few steps behind – has done very little to nudge aside Western control of the global information highway.

Al Jazeera would not exist had it not been for the Emir of Qatar, Sheikh Hamad bin Khalifa al Thani. In 1996, he issued a

mainstream media.

Effective use of the world-wide-web could soon become a major front as well for Muslims to open up in their battle against the Western monopoly of new sources. This is now beginning to occur naturally rather than as a result of any thought-out plan.

## *Ownership and Size*

In the media industry, market size is measured according to audience reach. Reach, in turn, determines the amount of advertising revenue a paper or TV/radio station will attract and, thus, whether it will ultimately survive in the long run.

Since a newspaper with declining readership is not worth much at the end of the day, news executives are more likely to be risk-takers. What they will almost never do is overtly challenge the dominant perspective of their core audience.

Editors at media outfits in small towns or cities are likely to be less willing to take chances with stories that challenge popular perceptions. If readers get upset, advertisers get nervous because they know it can result in a backlash against their interest. Muslims campaigned worldwide to boycott Danish products following the publication of what is now referred to as the "Muhammad cartoons" by the Danish newspaper *Jyllands-Posten.*

In a free and open society, journalists can be held accountable and they often are, but the perception persists that if you really want to discipline the media, you target its income. This is much easier to accomplish if the media is relatively small and dependent on a limited number of advertisers. News executives are now fully aware, thanks to the cartoon controversy, that the internet can transform small campaigns into global firestorms.

Size also impacts story selections. If a story is taking place in Darfur, small media with limited financial resources obviously cannot afford to send their own reporters and will likely rely

or quoted by a reputable source is always preferred to one that is not. That is often why viewers will see the same experts appear in print, on radio and television answering the same questions with the same tired answers.

Given the current state of the Arab-Muslim media industry, it is safe to say that a global Arab- or Muslim-owned news agency is not on any foreseeable horizons.

A possible strategy to get alternative perspectives into the mainstream media is to establish the Muslim equivalent of the Institute for Public Accuracy (IPA). In the late 1990s, IPA recognized that mass media resources were shrinking and that huge budget cuts to newsrooms left fewer journalists straddled with larger workloads.

Instead of setting up more flak attack machinery, IPA cleverly set their sights on the media dependence on a body of experts to provide sound bites. Established in 1997, IPA took a two-year $100,000-per-year Public Interest Pioneer grant from the Stern Family Fund and established its media office in the National Press Building in Washington. IPA's objective is to ensure that issues of public policy – environment, human rights, foreign policy, economic justice – are addressed by the mainstream media.

To accomplish this, IPA compiles a detailed and constantly updated database of producers, commentators, and journalists at media institutions across North America. IPA then uses this database most effectively when there is breaking news to send out a list of experts.

Over the last decade, IPA has made it possible for numerous policy analysts, scholars and other independent researchers to be heard. It is estimated that IPA news releases have promoted analysts from more than 1000 different organizations doing work on a wide variety of public-policy issues.

A Muslim Institute for Public Accuracy (MIPA) would similarly shape stories and catapult its own body of experts into the

Even with powerful institutions such as Al Jazeera and Al Arabiya that maintain thriving bureaus in most, if not all, the major cities of the Middle East, the monopoly of news is solidly in the hands of the big three. Most of the countries in the Middle East have their own independent news services like Canadian Press (CP), but today there is no Arab news agency.

Al Jazeera, Al Arabiya and others are certainly in a more advantageous position to re-source and double-source information received from AP, AFP and Reuters. They can do this because they have reporters in locations where they can verify the integrity of information and quickly establish themselves as direct recipients of information from primary sources.

These giant carriers of news position themselves to be the primary recipients of a daily tidal wave of press releases, alerts, reports, polls, studies and expert opinions provided by an army of public relations geniuses representing multinational corporations, stock markets and powerful institutions, including all levels of governments.

It is not difficult to imagine the impact these three providers of raw information have on the media product that consumers are served every day. The information stranglehold they enjoy determines a set of mass media behavior regardless of whether the newsroom is in the Middle East, Far East, Asia, Western Europe or North America.

A reliance on these sources for the last several decades has produced a hierarchy of what is considered safe to report. If Reuters, AP or AFP reports a bit of news, it is accepted as having more weight on the truth scales than if the Caribbean News Agency (CANA) reports it. Newsrooms reward conformity, knowing that deviation can often lead to error, embarrassing apologies, retractions and sometimes costly lawsuits.

Similarly, an expert, whether a bureaucrat, scientist or pollster, is deemed to be a "safe" source and thus will always be ranked higher than someone who is not. An expert that is tested

diverse international staff drawn from all over the world. AP also operates The Associated Press Radio Network, which provides newscasts at the top and bottom of the hour for broadcast and satellite stations. AP Radio also offers news and public affairs features, feeds of news sound bites, and long-form coverage of major events.

AFP has bureaus in 110 countries and transmits news in French, English, Arabic, Spanish, German and Portuguese.

United Press International (UPI) was once a giant. However, when it was sold in 2000 to News World Communications, a media company owned by Sun Myung Moon's Unification Church, its decorated White House correspondent Helen Thomas resigned after 57 years with UPI. For the first time in nearly a hundred years, the service was without a reporter among the White House press corps.

UPI once had 6000 employees and 223 news bureaus around the world. It had 7,500 customers in 100 countries. In August 2007 the company reduced its employees from 50 to five reporters in its Washington DC headquarters. Today it relies on several dozen stringers and a handful of editors stationed in various cities in the United States and elsewhere.

Studies show that 90% of the coverage media organizations operating in Muslim capitals offer to consumers is based on information provided by the three above-mentioned news agencies.

As far back as 1972, the Organization of Islamic Conference (OIC) tried to break the Muslim world's news addiction to AP, AFP, UPI and Reuters by establishing the International Islamic News Agency (IINA). It is now thirty-six years old, but still cannot be compared to AP, AFP or Reuters.

From its headquarters in Jeddah, Saudi Arabia, IINA transmits news in Arabic, French, and English and receives its funding from OIC member states. Although one of IINA's objectives is "to consolidate and safeguard the rich cultural heritage of Islam", its Islamic news content is relatively low.

solve editorial questions such as balance and fairness.

Lawyers are on standby to answer legal questions and managers to coordinate human resources. Accountants stay on top of finances, and travel agents are constantly busy booking flights, hotels and vehicles when required.

The task of this group is to ensure that the news product offered to the public reaches the highest standards of journalism regardless of the platform they serve. Members of this group are responsible for layout, design, photography, visual editing, filming and/or recording, coordinating satellite feeds, web layout, computer technicians and receptionists to distribute incoming faxes and mail. Without this group's talent and contribution the newsroom would not function.

## *Sources*

The "sources" of raw information processed into news are one of the most important newsroom filters. The three major international news agencies and global wire services today are: Associated Press (AP) and its affiliate AP-Television News (APTN), Agence France-Press (AFP) and Reuters. Most of the news, even what you hear, read or watch on Al Jazeera and Al Arabiya comes from one of these sources.

Reuters has over 16,900 staff in 94 countries across the globe, and is the world's largest international multimedia news agency, with 196 bureaus serving news to approximately 131 countries. In 2006 Reuters filed over two and a half million news items, including 656,500 alerts, from 209 countries around the world, published in 18 languages.

AP is an American news agency. As of 2005, AP news is published and republished by more than 1,700 newspapers, in addition to more than 5,000 television and radio broadcasters. Its photography library consists of more than 10 million images. It operates 243 news bureaus and serves 121 countries, with a

between coverage of a particular issue and public behavior, executives will be forced to radically re-evaluate their news values.

### 2. *Reporters and Producers*

The second tier of the newsroom consists of correspondents/reporters, producers/directors, camera crews, writers, researchers and editors with various tasks depending on whether the newsroom serves a print, radio or television platform.

Reporters and producers are deadline-driven and will focus all their attention on the story they are assigned. They are not particularly concerned about tomorrow's story or even that of yesterday; their task is to "bag" the required elements for today's story. If they determine that an opinion is vital to their story they will "chase" someone they believe to be the leading authority. If that person is not available they will move to the next available person on their list.

When they are not assigned to a story, producers and correspondents will pursue story ideas on their own. When they feel confident they have a story, they will introduce it to assignment editors who will introduce it at the appropriate time to senior executives for approval.

Reporters and producers know that their bosses will want to know whether a story has a long or short "shelf life" or whether it has a "peg". The shelf life of a story means the time during which it can be aired before it becomes stale. A "peg" is a specific event connected to the story without which the story will make no sense to viewers.

### 3. *Support Staff*

The third and final tier of the newsroom consists of everyone else. Some are assigned to monitor the news wires and feeds for breaking news or developments in the day's top stories. Some are desk editors assigned to vet incoming scripts and help re-

4:30 PM, or up to an hour before the end of the day's shift. If your story ideas are getting rejected, it could mean you need to learn how to pitch a story idea. That requires some training and is not within the scope of this essay. A story might be rejected due to a budgetary or a resource issue. If you have eliminated the above factors and your ideas are still getting rejected, you need to turn your attention to the senior directors or executives making decisions in the newsroom.

There are many issues that will dominate a newsroom in Dubai or Doha that will never ever arise in a newsroom in Toronto or Atlanta. For example, there are no prayer rooms in a North American newsroom and no media outfit in the West offers an open microphone to a cleric as Al Jazeera gives to Shaykh Yusuf Al-Qaradawi. Israel's war with Hamas is treated as one of many important stories, and not as the *raison d'être* of its existence.

A surprising similarity is the common socio-political outlook of senior executives and journalists whether they operate in the East or the West. They are more likely to be secular liberalists who cherish the ideals of Western democracy, whether they happen to be Jewish, Christian or Muslim.

Knowing the people who determine the direction of the newsroom is vital to understanding the kind of coverage consumers are going to receive. If you are concerned about the direction the news is taking, assemble like-minded and influential citizens and request a board meeting with the editorial team. This is not an opportunity to debate them, but a chance at a reasoned presentation of arguments about news values which includes the selection and ranking of what is and is not newsworthy.

Rather than present anecdotal information or perspectives, it might be advantageous to present the results from polls and studies that have been independently commissioned. Media executives respond positively to polls, particularly from reputable pollsters. If a poll demonstrates that there is a direct correlation

stories receive adequate coverage? Are we following or leading in our coverage of the top news events? How can we trump our competition?

At the start of the morning editorial meeting, foreign and domestic correspondents or reporters, bureau chiefs and producers would have had an opportunity to feed story ideas to assignment editors to whom they report. By the time the editorial meeting ends, the newsroom will have about a 70% of the day's major international and national stories. The remaining 30% will come from a batch of story ideas that are developing or in research-investigation mode.

Assignment editors move rapidly to match teams of correspondents, producers and camera crews to stories. Depending on the complexity and importance of a story, more resources might be assigned to it.

Between the first and a second editorial meeting, held before or right after a lunch break, the list of news items is revised. Senior editors will voice concerns about some stories or raise new ones for consideration.

At the second meeting, new stories may be added, and others may be dropped because they turned out not to have been what they appeared to be in the morning. Some stories are allocated more time and resources, and some might be moved to a "futures" list, perhaps because the persons integral to the story is unavailable.

In the event that major news breaks out later in the day, even the best-laid plans are discarded and the editorial team rejigs the line-up of the evening newscast. The evening newscast is important primarily because it attracts the largest audience and audience shares translate into advertising revenues.

If you are on the outside and trying to get a story covered, the best time to introduce a story idea that must run that day is between 9:00 AM to 12:30 PM. If the story is for the following day, the best time is from right after the lunch break to about

room is there to serve a function in the gathering, processing, or dissemination of information.

They are all expected to work seamlessly every day of the week, 24 hours a day. It is a nearly impossible task. The intense time constraints, and the sheer volume of information flowing in and out of the newsroom, make it a cauldron of stress and anxiety.

The people working in a newsroom can be grouped into three main categories.

### *1. Senior Editors*

At the top end are the senior editors and they usually have considerable experience in the media industry. They begin their days scouring radio, television, newspapers and news wires via the internet or their Blackberries for "new" information and perspectives, particularly from competing media institutions in the same or similar markets.

For example, an editor with CNN will pay careful attention to BBC and SKY news, and likewise BBC will tune into CNN and Al Jazeera's coverage. The reason for this is that CNN, SKY, BBC and Al Jazeera are competing for the same or similar market shares.

Senior editors will also monitor national and international broadsheets – *The New York Times*, *The Washington Post*, *The LA Times*, *The Chicago Tribune*, *The Independent*, *The Times*, *The Guardian* – and national radio newscasts such as that of NPR in the United States, Deutsche Welle in Germany, or the BBC, both in the United Kingdom and its World Service.

This used to be a daunting task ten years ago, but today these editors can program their email inbox to receive RSS feeds from a variety of online sources.

News executives will ask themselves the following questions: What are the three top stories of the day? What stories or perspectives did we miss the previous day and how do we make it up? How can we advance yesterday's headlines, or did the

There were no cameras, satellite uplinks, feed points, or internet access to FTP images anywhere near ground zero. A lone freelancer had pictures, but the time it would take to get them to an uplink point would make the disaster yesterday's news.

Bias could still be a factor if pictures existed and were ignored or even rejected due to budgetary restraints. If cost were a factor, an obvious question would be whether editors were guilty of placing a monetary value on pain and suffering. They might have been willing to buy the visuals, but penny-pinching managers have informed them that they've exceeded their weekly budget on buying freelance visuals.

Perhaps bias was behind the decision not to dispatch a television crew to the region ahead of the hurricane. Maybe sending a crew there was much too dangerous and the decision not to proceed was deemed prudent.

The point of all this is that if you lift the curtain on a newsroom on any given day, you will witness an intricate web of filters in operation. To those unfamiliar with the media environment these filters are not always evident and media executives hate having to explain them to outsiders.

The remaining parts of this essay will focus on how the filters of sources, size and ownership define today's newsroom culture.

## *Navigating the Newsroom*

The newsroom is the hub of all media institutions. Anyone who desires to understand and change media behavior should have an intrinsic knowledge of how a newsroom operates.

Journalists will occasionally talk about the "culture of a newsroom" and by this they mean many things, all of which pertain to how well the newsroom performs on the information highway.

The flow of information through the newsroom is the lifeline that keeps its heart beating. Anyone who works in the news-

nies.

- Advertising: the primary income source for most mass media companies, unless they are public broadcasters such as the BBC, Canadian Broadcasting Corporation (CBC) and South African Broadcasting Corporation (SABC).
- Sources: the flow of raw data from a variety of sources into the newsroom.
- Flak: a means of disciplining the media
- Anti-Communism: a control mechanism. Surely Herman and Chomsky would replace anti-Communism with anti-Islamism if they were writing today.

These filters interact with and reinforce each other, producing a set of news values that demarcate the boundaries of interpretation and impose on journalists a definition of what is and is not newsworthy. Media filters are much like a series of irrigation canals that divert and control the flow of water from a gushing river. In the context of the newsroom, filters are the canals of the information highway.

Editors, writers and reporters ingest raw material from multiple sources around the world, carve out bite-size portions, and interpret and feed them back to media consumers. Associated with the filter of sources is the filter of technology which plays a vital role in the gathering and dissemination of information.

Take the example of small fishing villages in El Salvador that were destroyed by a tropical hurricane. For editors working on a nightly television newscast in a major North American market, there are no pictures to tell the story, which is thus relegated to "copy". There are other pressing stories that come with pictures in the lineup and time is short. Producers decide to drop "El Salvador" from the newscast.

Viewers launch a flak campaign accusing the newsroom of bias. But what kind of bias is it?

Western Europe and North America have been increasing year after year, particularly after 9/11. Is there a direct or indirect correlation between the negative images in the mass media and the targeting of Muslims with acts of hateful rage? The answer is undeniably "yes".

## *Balance Not Bias*

To determine when the use of flak is appropriate, Muslim activists have used the yardstick of bias in assessing media content There has never been and there will never be a bias-free media. Bias, in its varying degrees, is a fact of life, and it is the daily reality of the media industry. Those who cry bias do so when they disagree with the perspective that is being presented. When they agree, it is apparently fair and balanced.

FOX News accuses CNN of bias and CNN in turn accuses FOX of being ridiculously absurd. Al Arabiya accuses Al Jazeera of imitating FOX News and senior executives at the former describe themselves as being like CNN. To them, FOX is biased and CNN is balanced. They all believe they are telling the truth and are accurately reporting "reality".

The fact is that they are all, to some degree or another, guilty of bias. Bias is built into the media environment. Unfortunately, Muslim activists tend to focus on individual bias while ignoring the media environment that manufactures the bias.

If the task of Muslim leaders and activists is to address the sweeping generalizations, negative depictions, and stereotyping of Muslims and Arabs by the mass media, perhaps a more useful tool of analysis and intervention is what Edward Herman and Noam Chomsky have referred to as "media filters" in their epic 1988 book titled *Manufacturing Consent.*

According to these authors there are five major media filters:

- Size and Ownership: the profit orientation of media compa-

Shortly after the attacks of 9/11, the Detroit Free Press printed a primer titled "100 Questions and Answers About Arab-Americans: A Journalist's Guide". USA Today ran a "Q and A on Islam and Arab Americans" and the Poynter Institute in Florida published a series of online articles on "Understanding Ramadan", "Covering Muslims in America", and "Improving Cross-cultural Reporting". Even the Seattle Times published a series of articles with interesting titles such as "Understanding Turbans" and "Interpreting Veils". There is no evidence that CAIR or its subsidiaries had anything to do with these initiatives.

While these have been commendable efforts, the giants of the television and print industries remain unshaken. They squabble over or ignore every allegation CAIR makes about an offensive line, sentence, word or phrase.

Although Muslim community leaders and Imams in the West have vigorously encouraged first- and second-generation Muslims to pursue careers in journalism since the early 1980s, and while some have, their numbers are insignificant compared to those that have pursued careers in medicine, engineering and teaching.

According to veteran British journalist Fuad Nahdi, "more and more of our young people are going into the profession of journalism – they are learning the skills, asking the questions and putting the pressure on their colleagues and the system".[3] However, the future impact Muslim journalists will have on the Western mass media landscape remains to be seen.

Nothing Muslims have done in the last three decades seems to be making a quantifiable difference and the consequences resulting from negative media are getting worse by the day.

Statistics of racist and violent attacks against Muslims in

3. Fuad Nahdi, "Islam and the Media: The Slow Starvation of Balanced Coverage?" A talk given to the Foreign Press Club on 27 February 2003.

a simple re-casting of modern journalistic ideals – honesty, integrity, fairness, transparency, etc. – within an Islamic framework, it somehow resulted in a publication flurry. Tens of Muslim-owned magazines and newspapers emerged in the early 1980s.

Muslim leaders in North America believed these publications could improve over time if properly nurtured and supported, but even when millions of dollars had been invested in them, that conviction proved to be wrong.

If flak gave way to Muslim-owned and controlled print media in the 1980s, it returned with renewed vigor when the vanguard of the Islamic movement in the West launched the Council on American-Islamic Relations (CAIR) in 1994. Endowed with an excellent funding package, CAIR picked up where the American-Arab Anti-Discrimination Committee (ADC) had left off.

CAIR, and its many chapters, have since earned a laudable reputation among North American Muslims for their diligent monitoring of the mass media and for consistently protesting bias and the negative portrayal of Islam and Muslims. Today, CAIR is the master at the helm of Muslim flak campaigns.

For instance, when television producer Steven Emerson aired his notorious documentary "Jihad in America" on PBS in November 1994, CAIR published "A Point-by-Point Analysis of the Documentary". This type of probing content analysis would become CAIR's trademark.

In addition, following the bombing of the Murrah Federal Building in Oklahoma City in 1995, CAIR polished its strategy and published a report titled *A Rush to Judgment*. Over the years it has released several media content analyses. It is not yet evident what impact, if any, CAIR's flak attacks have had on media coverage of Islam and Muslims.

There is evidence, however, of media institutions in America and Canada taking concrete steps to provide accurate information about Islam and Muslims to reporters and readers alike.

This realization seemed to have occurred at the same time that the Western media had reached a position of global information dominance and it could therefore afford to brush aside flak attacks that had little or no legal, moral, or advertising bite.

A sense of desperation was widely felt among Muslim leaders and some media activists viewed Muslim reliance on flak a pointless exercise. In order to address this growing concern the World Muslim League held its first Asian Islamic conference in Karachi in 1978 and agreed to assist Muslim journalists and media representatives to counter "the Zionist-controlled western monopoly over a mass media" which they deemed to be "antagonistic towards Islam and Muslims".[2]

The tenor of their discussion reflected an approach to the mass media that circumscribed its role to advancing or inhibiting the political and ideological goals of the Muslim-Arab world. Even to this day, Western and Arab broadcast media are evaluated by the viewing public almost entirely on the basis of their passion and determination in exposing the crimes of the State of Israel against the Palestinian people.

Further developments occurred in September 1981 with the first international conference of Muslim journalists and media representatives held in Jakarta. An impressive 250 Muslim journalists from 50 countries were in attendance. They ended the meeting by endorsing a covenant for Muslim journalists.

The covenant, designed for Muslim media professionals, emphasized that "Islamic rules of conduct should form the basis for all Muslim media practitioners in their journalistic endeavours". It was further stated that the consolidation of Islamic values and ethical principles in the faith of the Muslim individual should be the main obligation of Muslim media. While this might have been

2. Aslam Abdullah, "The Muslim Media: Present Status and Future Directions", *Forum Komuniskai*, vol. 1, no. 2, (January 1988).

missioned by the Mayor of London, Ken Livingstone, there can be no denying the charge that the Western mass media has been overwhelmingly negative in its coverage of Islam, Muslims and Arabs.

Livingstone's report was titled *The Search for Common Ground* and it involved nine leading academics and professionals from the media industry and experts on Islam. The study concluded that 90% of 352 articles pertaining to Islam and Muslims printed in London newspapers between May 8 to 14, 2006 were "negative".[1]

An interesting detail of the study is that 96% of tabloid coverage was assessed as negative compared to 89% of broadsheet reporting that was deemed negative. The fact that the margin of difference was not much higher is shocking.

The report also found that Muslims in the national press were portrayed as being a threat to traditional British customs, that there was little or no common ground between the West and Islam, and that the tone of language in many articles was emotive, immoderate, alarmist or abusive.

## *Flak Attack*

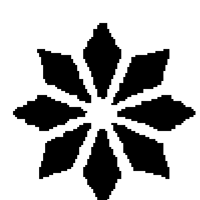
Beginning in the 1970s, Muslim groups in the West such as the Muslim Student Association (est. 1963) relied on a strategy of "flak attack" to counter-perceive media assault.

There is no doubt that flak campaigns have forced the Western media to grudgingly issue partial corrections and half-hearted apologies.

As far back as the early 1980s Muslim leaders realized that flak alone was not going to suddenly change the media's negative portrayal of Islam and Muslims.

1. *The Search for Common Ground: Muslims, Non-Muslims and the UK Media. A Report Commissioned by the Mayor of London* (London: Greater London Authority, 2007).





# Beyond Flak Attack
# A New Engagement with the Newsroom

REGARDLESS of where they reside, Muslims strongly believe that the mass media routinely stereotypes them as terrorists, murderers and followers of a vile religion. This belief holds true whether Muslims are rich or poor, black, white or brown.

For example, Muslim men complain bitterly that they are often portrayed as aggressive male chauvinists and women cite a litany of examples where they are routinely stereotyped as a weak and oppressed class forced by their fathers and spouses to wear the hijab.

This is generally true whether the media platform is radio, television or print, or whether it is news, current affairs or entertainment.

Since the publication of Edward Said's seminal 1981 work titled *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the World,* to the 2006 study com-

sources are among the most powerful filters because they directly affect the way events are reported. Also, size and ownership in the media industry are important "filters" that determine the product media consumers receive.

It is true that some journalists who harbor ill-intent toward Muslims will conveniently blame deadlines and shrinking budgets to mask an epidemic crisis of laziness and a deficit of knowledge when it comes to Islam and Muslims. It is also true that media filters are so fundamentally powerful that they compel the majority of journalists, particularly those with integrity and good intentions, to follow the pack and stay within a defined set of news values. Nevertheless, the study argues that by engaging the mass media with an understanding of how filters impact the lives of reporters, new approaches will open up for Muslims to engage the media and break the standoff that currently plagues their engagement.

mentaries are even slightly negative, they will assume that bias is at work and immediately launch letter-writing campaigns, file complaints to the media-licensing bodies or the Ombudsman, and initiate boycotts and protests which occasionally involve the burning of effigies. A strategy of confrontation and accusations has only served to deepen the chasm between Muslims, whether they live in majority or minority societies, and the Western mass media.

Muslim-style media flak has eaten up millions of dollars in the last 30 years with nothing to show for it other than the complete collapse of a constructive relationship with the mass media. There is not a shred of trust or goodwill between the newsroom and the Muslim community.

To get past this impasse Muslims must abandon a media strategy that targets journalists with allegations of bias, lies, bigotry, racism and prejudice. Such accusations are usually interpreted as deeply personal in nature and perhaps will, more often than not, force journalists to defend their reports, even when they contain a mountain of factual mistakes, innuendos, generalizations, and stereotypes.

The author is not advocating an end to media flak. Flak should be encouraged, if only to let media executives know that the public is alive and kicking. Flak is a sign of civic life in free societies. But instead of a knee-jerk response to negative media, Muslim leaders and activists need to closely examine the systemic constraints that produce "news values" which are in turn embedded in the media environment.

The constraints that give rise to news values are derived from a set of "filters" through which raw information percolates before reporters transmit it to the public. For example, media

dia world to refer to unfavorable public response or outright hostility. "Flak attacks" are meant to influence media coverage when an interest group perceives media bias is at work.

# Summary

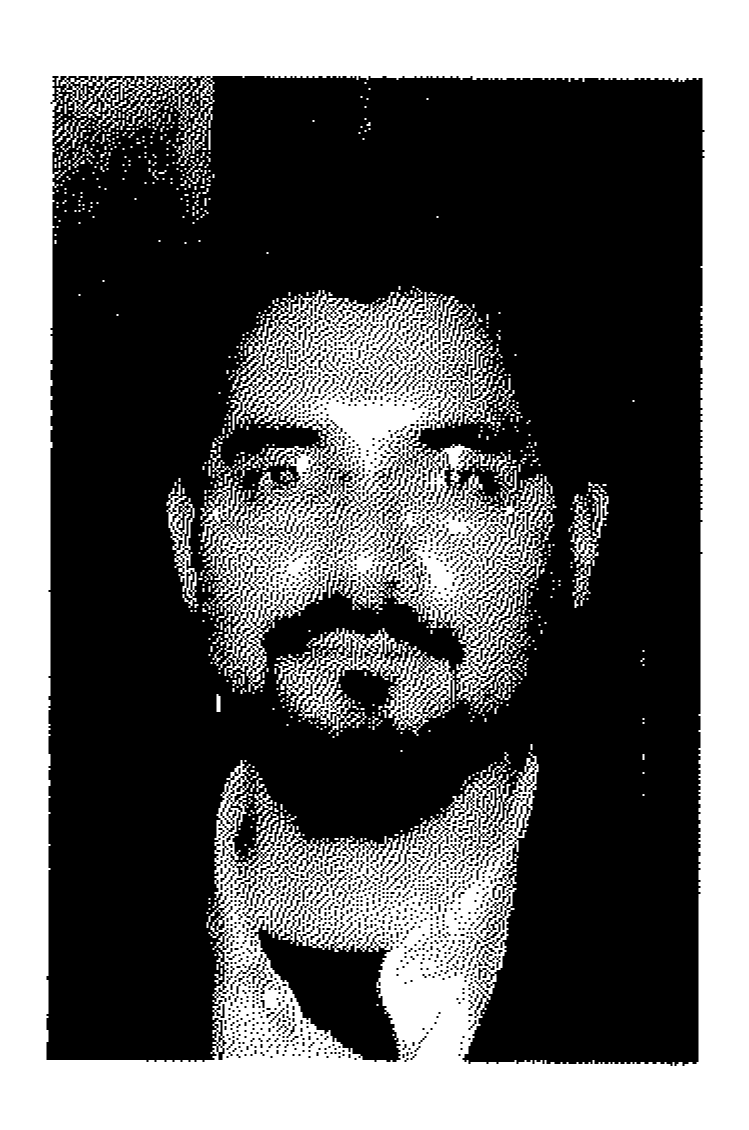
THIS ESSAY is written for Muslim activists and scholars who are alarmed at today's headlines and would like to engage the mass media in the hope of balancing its predominantly negative reporting with positive stories pertaining to Islam and Muslims.

The essay begins by providing a historical synopsis of how Muslims in the West and the Middle East have attempted to strategically alter the mass media's role in fostering a climate of Islamophobia.[1] It is the author's observation that except for sporadic cases of balanced and fair coverage, the Western media have been unresponsive to Muslim pressure.

One possible reason for this lies in the traditional mode of Muslim engagement with the mass media. In the United States, Canada and Western Europe, the dominant mode of Muslim engagement with the media is characterized by the author as "flak attack".[2] When Muslims sense that news reports or docu-

1. *Islamophobia* is a neologism that refers to prejudice or discrimination against Islam or Muslims.
2. Flak, originally a German acronym for antiaircraft artillery, is generally used to refer to any strong criticism. It is commonly used in the me-

## *About the Author*



Nazim Baksh is a broadcast correspondent with the CBC and a Canadian Journalism Fellow at Massey College, University of Toronto. He has most recently been producing and reporting for news documentaries focusing on the root causes of terrorism. During the last year, Baksh has worked on the production of two full-edition documentaries, "Nuclear Jihad", and "Land, Gold and Women".

TABAH ESSAY SERIES | NUMBER 2 | 2010
ISSN: 2077-4850

Beyond Flak Attack: A New Engagement with the Newsroom
ISBN: 978-9948-15-577-5


P.O. Box 107442
Abu Dhabi, U.A.E.
www.tabahfoundation.org

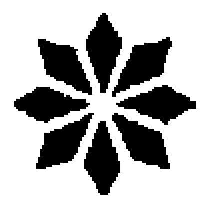


*Tabah Essays* consist of short conceptual presentations by well-known authors, focusing on the elucidation of ideas to inform and stimulate new Islamic perspectives on the contemporary world.





# BEYOND FLACK ATTACK
## *A New Engagement with the Newsroom*



Nazim Baksh

# BEYOND FLAK ATTACK

## A New Engagement with the Newsroom



Nazim Baksh

TABAH ESSAY SERIES

NO. 2, 2010

